

**EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES
FORMALIZADAS EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA
VALLE EN EL PERIODO 2013-2014 Y SU PROYECCIÓN ECONÓMICA EN EL
AÑO 2015**



WILSON GEOVANNI ZAMORA GIL

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE PALMIRA
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA
2015**

**EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES
FORMALIZADAS EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA
VALLE EN EL PERIODO 2013-2014 Y SU PROYECCIÓN ECONÓMICA EN EL
AÑO 2015**

WILSON GEOVANNI ZAMORA GIL

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE PROFESIONAL EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DIRECTOR:

EDWIN JAVIER BOTERO CARDONA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE PALMIRA
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA
2015**

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Palmira Valle. Abril 10 de 2015.

La culminación de mi carrera profesional es dedicada a mis dos batalladores padres María Adelaida Gil y Wilson Zamora.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios y a la virgen por darme la oportunidad y la vida de poder llegar hasta el final de esta hermosa carrera profesional.

Agradezco de igual forma a mis padres, quienes han luchado y me han brindado su apoyo moral y económico con el único objetivo de ofrecerme una buena educación.

Agradezco a mi director de trabajo de grado, el profesor Edwin Botero, quien mediante a sus aportes, correcciones y guía ha permitido que mi trabajo de grado se realice de la mejor manera.

Agradezco a mi novia Yesica Lucio quien me ha brindado su constante e incondicional apoyo, además de realizar correcciones y aportes importantes en diferentes aspectos de mi trabajo de grado.

Agradezco a mi amiga Millerlandy Quintero quien de una manera desinteresada me permitió usar Smartphone para realizar las grabaciones de las entrevistas aplicadas.

Agradecimiento especial a mí querida Universidad del Valle Sede Palmira y Buga, debido a que en el camino que recorrí a este final me encontré con unos excelentes maestros.

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Clasificación de las mipymes.....	17
Cuadro 2. Factores de evaluación de crecimiento empresarial.....	81
Cuadro 3. Capacitaciones ofrecidas por la cámara de comercio en 2013.....	100
Cuadro 4. Capacitaciones ofrecidas por la cámara de comercio en 2014.....	101

LISTA DE GRAFICAS

pág.

Grafica 1. Clasificación según la actividad.....	55
Grafica 2. Clasificación establecimientos comerciales.....	56
Grafica 3. Clasificación según la actividad comercial.....	57
Grafica 4. Clasificación según la prestación de servicios.....	58
Grafica 5. Clasificación según la actividad industrial.....	59
Grafica 6. Clasificación según la actividad financiera.....	60
Grafica 7. Clasificación según el tamaño.....	61
Grafica 8. Clasificación según la actividad económica.....	62
Grafica 9. Clasificación según el ente jurídico.....	63
Grafica 10. Clasificación según el ente jurídico.....	64
Grafica 11. Clasificación según activos.....	65
Grafica 12. Clasificación según la actividad económica.....	66
Grafica 13. Clasificación según el ciclo de vida.....	67
Grafica 14. Clasificación según la actividad económica.....	68
Grafica 15. Clasificación según activos.....	69
Grafica 16. Clasificación según la actividad económica.....	70
Grafica 17. Clasificación según el ente jurídico.....	71
Grafica 18. Clasificación según los activos.....	72
Grafica 19. Clasificación según el nivel educativo.....	82

Grafica 20. Clasificación según el ciclo de vida.....	83
Grafica 21. Clasificación según la actividad económica.....	84
Grafica 22. Clasificación según los recursos económicos.....	85
Grafica 23. Clasificación según la financiación actual.....	86
Grafica 24. Clasificación según el número de colaboradores en el inicio.....	87
Grafica 25. Clasificación según el número de colaboradores actuales.....	88
Grafica 26. Clasificación según el nivel salarial.....	89
Grafica 27. Clasificación según el espacio de inicio.....	90
Grafica 28. Clasificación según el espacio actualmente.....	91
Grafica 29. Clasificación estrategias de diferenciación 2014 - 2013.....	92
Grafica 30. Clasificación crecimiento en ventas.....	93
Grafica 31. Clasificación según el conocimiento de los programas.....	94
Grafica 32. Clasificación según la capacidad de vincular personal.....	96
Grafica 33. Clasificación estrategias de diferenciación 2015.....	97
Grafica 34. Clasificación proyección de crecimiento en ventas.....	98
Grafica 35. Clasificación según las capacitaciones requeridas.....	99

LISTA DE ANEXOS

pág.

Anexo A. Oficio de petición a la secretaria de hacienda de pradera – valle.....	114
Anexo B. Instrumento de recoleccion de información (encuesta).....	118
Anexo C. Instrumento de recoleccion de información (entrevista).....	123
Anexo D. Tabulacion de la encuesta.....	133
Anexo E. Asistencia mesa de desarrollo local (pradera).....	138
Anexo F. Oficio de peticion de informacion a la universidad del valle.....	139
Anexo G. Resumen ejecutivo.....	140

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION.....	15
1. ANTECEDENTES.....	16
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	23
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	25
4. OBJETIVOS.....	26
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	26
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	26
5. JUSTIFICACIÓN.....	27
6. MARCO CONTEXTUAL.....	29
7. MARCO CONCEPTUAL.....	33
7.1 PROYECCIÓN ECONÓMICA.....	33
7.2 CRECIMIENTO EMPRESARIAL.....	33
7.3 DESARROLLO ECONÓMICO.....	33
7.4 CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA.....	33
7.5 COMPETITIVIDAD.....	34
7.6 VENTAJA COMPETITIVA.....	34
7.7 CADENA DE VALOR.....	34
7.8 MERCADO INTERNO.....	34
7.9 MIPYMES.....	35
7.10 EMPRENDIMIENTO.....	35
7.11 VENTAJA COMPARATIVA.....	35
8. MARCO TEORICO.....	36
8.1 APERTURA ECONOMICA Y VENTAJA COMPARATIVA (DAVID RICARDO)	36
8.2 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO (GARETH R. JONES).....	38
8.2.1 Nacimiento.....	39
8.2.2 Crecimiento.....	39
8.2.3 Declinación y muerte.....	39
8.3 VENTAJA COMPETITIVA (MICHAEL E. PORTER).....	40
8.4 LA INNOVACION Y EL EMPRESARIADO INNOVADOR (PETER DRUKER)	42
8.5 CADENA DE VALOR (MICHAEL E. PORTER).....	43

8.6 DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL (FELIX BLAZQUEZ SANTANA).....	44
9. MARCO JURIDICO.....	47
9.1 LEY MIPYMES (ley 905 de 2004).....	47
9.2 LEY DE EMPRENDIMIENTO (Ley 1014 de 2006).....	48
9.3 LEY DE FORMALIZACION (Ley 1429 de 2010).....	49
10. DISEÑO METOLOGICO.....	51
10.1 METODOLOGIA.....	51
10.2 TIPO DE ESTUDIO.....	51
10.3 POBLACION Y MUESTRA.....	52
10.3.1 Corrección de muestra No. 1.....	53
10.3.2 Corrección de muestra No. 2.....	54
11. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES EN EL AREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE.....	55
11.1 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN LA SECRETARIA DE HACIENDA PRADERA VALLE.....	55
11.1.1 CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.....	56
11.1.2 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS.....	58
11.1.3 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES.....	59
11.1.4 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS.....	60
11.2 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN EL ESTUDIO DE COMPOSICION EMPRESARIAL DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA VALLE 2013.....	61
11.2.1 CLASIFICACION SEGÚN EL TAMAÑO.....	61
11.2.2 CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	62
11.2.3 CLASIFICACION SEGÚN EL ENTE JURIDICO.....	63
11.3 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013 – 2014.....	64
11.3.1 CLASIFICACION SEGÚN EL ENTE JURIDICO.....	64
11.3.2 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS.....	65
11.3.3 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVIDAD ECONOMICA.....	66
11.4 CARACTERIZACION DE MIPYMES QUE HAN REALIZADO LA CANCELACION DE LA MATRICULA MERCANTIL SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013 – 2014.....	67
11.4.1 CLASIFICACION POR ACTIVIDAD ECONOMICA.....	68
11.4.2 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS.....	69
11.5 CARACTERIZACION DE MIPYMES QUE NO HAN REALIZADO LA RENOVACION DE LA MATRICULA MERCANTIL ENTRE EL AÑO 2010-2014 SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013-2014.....	70
11.5.1 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVIDAD ECONOMICA.....	70
11.5.2 CLASIFICACION SEGÚN ENTE JURIDICO.....	71

11.5.3 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS.....	72
12. ANALISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES.....	73
13. EVALUACION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE EN EL AÑO 2013 – 2014.....	82
13.1 ¿Nivel educativo de los propietarios o encargados de las Mipymes?.....	82
13.2 ¿Hace cuantos años dio inicio su empresa?.....	83
13.3 ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?.....	84
13.4 ¿Cuál fue el recurso económico utilizado para iniciar la empresa?.....	85
13.5 ¿Cómo financia actualmente su empresa los rubros de inversión, capital de trabajo y gastos operativos del negocio?.....	86
13.6 ¿Con cuantos colaboradores comenzó su empresa?.....	87
13.7 ¿Actualmente cuantos colaboradores posee su empresa?.....	88
13.8 ¿Cuál es el nivel salarial promedio de sus colaboradores?.....	89
13.9 ¿De las siguientes opciones indique en que espacio dio inicio la empresa?.....	90
13.10 ¿Actualmente en que espacio funciona la empresa?.....	91
13.11 ¿Considera que la empresa ha implementado estrategias de diferenciación en los últimos 3 años?.....	92
13.12 ¿Aproximadamente cuanto cree que ha crecido en ventas (ingresos) anuales la empresa desde el inicio de sus operaciones, hasta la actualidad?...	93
13.13 ¿Conoce los programas ofrecidos por la Camara de Comercio de Palmira y Pradera en pro del desarrollo de las empresas?.....	94
14. EVALUACION DE PROYECCION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN PRADERA AL AÑO 2015.....	96
14.1 ¿Considera que la empresa esta en capacidad de vincular mas personal en el año 2015?.....	96
14.2 ¿Desea implementar estrategias de diferenciación en el año en 2015?.....	97
14.3 ¿Cuál es la proyección de crecimiento en ventas (ingresos) anuales de empresa para el final del año 2015?.....	98
14.4 ¿Que tipos de programas (Capacitaciones, asesorías, proyectos) le gustaría que ofreciera las instituciones de soporte de las empresas (Cámara de Comercio, Alcaldía, SENA y demás) en Pradera?.....	99
15. CONCLUSIONES.....	103
16. RECOMENDACIONES.....	106
BIBLIOGRAFIA.....	108
ANEXOS.....	114

RESUMEN

En el presente trabajo de grado se realiza una evaluación del crecimiento y proyección del crecimiento empresarial de las Mipymes del área urbana del Municipio de Pradera Valle. La finalidad principal de la evaluación es conocer de las fuentes principales, es decir, los propietarios y administradores de las diferentes empresas acerca del análisis que ellos hacen en referencia a el desempeño que han mostrado sus organizaciones en rubros como las ventas, la infraestructura y la generación de empleo en los años 2013 – 2014 y la proyección que estos poseen del rendimiento proyectado que tendrán sus organizaciones en un horizonte de tiempo determinado, en este caso al año 2015.

En el primer capítulo se efectúa una caracterización del sector empresarial Pradereño, con el objetivo de plantear una ficha técnica en la cual se presente las características propias de las empresas asentadas en el municipio. Esta caracterización se realiza mediante el uso de información suministrada por 2 entidades encargadas del soporte y desarrollo de las organizaciones en Pradera, como lo son la Cámara de Comercio y la Secretaría de Hacienda Municipal adscrita a la Alcaldía de Pradera.

En el segundo capítulo se resumen las diferentes consideraciones aportadas por teóricos que han abordado el tema de los factores que determinan el crecimiento empresarial y se trata de realizar un filtro de información con el fin de encontrar las consideraciones o aportes con mayor relación al tema en cuestión.

En el tercer y cuarto capítulo se muestran los datos recolectados a través de las encuestas aplicadas en las diferentes empresas, la información arrojada por el instrumento de recolección vislumbra el desempeño organizacional pasado, actual y futuro de las Mipymes en Pradera.

Palabras clave:

- Crecimiento empresarial.
- Proyección de crecimiento empresarial.
- Desempeño organizacional.
- Sector empresarial.
- Determinantes del crecimiento empresarial.
- Mipymes Pradera – Valle.

ABSTRACT

In the present degree task is performed an evaluation of growth and projection of business growth of MSMEs of urban area in the town of Pradera, Valle. The main purpose of the evaluation is to know the principal actors, that is to say, the owners and administrators from different firms about of the analysis that they make in reference to the performance that their companies have shown in items such as sales, infrastructure, and the employment generation in the years 2013-2014 and the projection that they have of the projecting performance that will have of firms in a specific horizon in a time, on this case, in the year 2015.

In the first chapter is effected a characterization of the Pradereño business sector, with the goal of posing a datasheet in which is shown the own features of the firm seated in the town. This characterization is performed through the use of information supplied for 2 entities in charge of the support and development of the Pradera firm, as they are the Commerce Chamber and the Municipal Secretary of Finance attached the Municipal town hall.

In the second chapter summarizes the different considerations given for theorist that have spoken the topic that determines the business growth. Besides seeking for being performed a filter of information with the goal to find the considerations or contributions with a higher relation of issue topics.

In the third and fourth chapter is shown the data collected through the opinion polls applied in the different firms, the information thrown by the instrument collection perceives the past, present and future organizational performance of the Pradera MSMEs.

Keywords:

- Business growth
- Projection of business growth
- Organizational performance
- Business sector
- Determinants of business growth
- Pradera Valle's MSMEs

INTRODUCCION

En el siguiente trabajo de grado se aborda un tema de un elevado interés en el ámbito de las ciencias administrativas, como es el caso de la *evaluación del crecimiento empresarial en las Mipymes*. Esta evaluación tiene como escenario principal el área urbana del Municipio de Pradera Valle, contexto en el cual se realiza la respectiva búsqueda y recolección de la información necesaria para efectuar el análisis del desempeño empresarial del sector de las Mipymes.

La realización de la evaluación del desempeño empresarial de las Mipymes en Pradera cobra una importancia sobresaliente dado los escasos antecedentes conceptuales con los que cuenta el Municipio en temas de crecimiento empresarial, razón por la cual se opta por realizar una investigación a fondo de la real situación que afrontan las Mipymes y el desempeño pasado y proyectado que tienen estas hacia el futuro.

La situación percibida en el Municipio de Pradera en los últimos años en ámbitos como el social y empresarial no ha sido el mejor, es por esto que el objetivo principal del documento es el análisis de el desarrollo o crecimiento que han obtenido y proyectan poseer las empresas en aspectos como el aumento en ventas y la generación de empleo. Dicho análisis es fundamentado en los aportes teóricos publicados por autores que han abordado el tema y a partir de estos aportes se realiza una triangulación con información recolectada en las diferentes empresas de Pradera mediante la aplicación de una serie de entrevistas y encuestas que han permitido conocer de las fuentes primarias las percepciones acerca de las dinámicas del sector empresarial del Municipio y el desempeño mostrado por las Mipymes en los últimos años y su proyección a corto y largo plazo.

Sin embargo, antes de comenzar con el análisis de la situación de las empresas en el Municipio, se procura presentar una caracterización del sector empresarial de Pradera que permita visualizar las características diferenciales de las Mipymes en el Municipio y a partir de eso se puede optar por el mejor camino en el cual se deba transitar al realizar la evaluación del crecimiento empresarial sin dejar vacíos que puedan invalidar la investigación.

La información que se encuentra en este trabajo de investigación sirve como punto de partida para diferentes organismos gubernamentales y no gubernamentales encargados de velar por el soporte y desarrollo de las empresas a nivel Municipal, Departamental y Nacional que a futuro pretendan evaluar aspectos económicos y sociales presentados en el Municipio de Pradera.

1. ANTECEDENTES

Las MIPYMES se han convertido en un gran motor de crecimiento en las economías latinoamericanas, en países como Brasil, Chile, México, Perú, Argentina y Ecuador, representan aproximadamente el 99%¹ de las empresas nacionales, lo cual indica que estas organizaciones tienen una gran preponderancia en las dinámicas referentes a indicadores macroeconómicos como el PIB, desempleo e inflación de los países; Colombia no se queda atrás en esta tendencia, puesto que las micro, pequeñas y medianas empresas representan aproximadamente el 96 %² de la sector empresarial nacional, siendo uno de los países con mayor dependencia en su economía de estas organizaciones.

Una de las causales del surgimiento y proliferación de las MIPYMES en Colombia ha sido la apertura económica generada en el gobierno de Virgilio Barco (1984-1990) y que se intensificaa durante el de Cesar Gaviria (1990-1994), periodo en el cual se trascendió de la creencia mercantilista y monopólica que abocaba a la protección y concentración total de la producción nacional en unas pocas empresas a través de múltiples mecanismos como aranceles y salvaguardas que no permitían el libre acceso de mercancías extranjeras y el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales, a una economía que permite la entrada de múltiples empresas y productos de países que poseen ciertas ventajas absolutas, ventajas comparativas, ventajas tecnológicas, competitivas, entre otros aspectos respecto a Colombia, que pueden en cierta medida sustituir los producidos por nacionales, esta desventaja impulso a los empresarios del país a buscar alternativas que permitirían atacar esta problemática a través de la generación de las MIPYMES.

Otra causal del crecimiento en número de las MIPYMES en el país fue la entrada en vigencia de la Ley 905 de 2004*, que promulga: “estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes)”³.

¹ LIGNY DE, Nicolás. Pymes las reinas olvidadas. En: Revista Humanum. [en línea], Enero 2013. [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.revistahumanum.org/blog/pymes-economia-problemas-america-latina/>.

² ROMANO SFORZA, Omar. PYMES colombianas. En: Embapilar. [en línea]. Julio 2013. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.embapilar.com/pymes-colombianas/>.

* Modifico la Ley 590 del 2000

³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 905. (02, Agosto, 2004). Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana y se dictan otras disposiciones. Ley 905 de 2004. Diario oficial. Bogotá D.C., 2004. No. 45628. [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://web.presidencia.gov.co/leyes/2004/agosto/Ley%20No.%20905.pdf>.

Cuadro 1. Muestra la clasificación de las empresas según sus activos, tamaño y número de trabajadores.

Cuadro 1. CLASIFICACION DE LAS MIPYMES

TIPO DE EMPRESA	TRABAJADORES	ACTIVOS TOTALES SMMLV
MICRO	Inferior a 10	Hasta 500
PEQUEÑA	Entre 11 y 50	Superior a 500 y hasta 5.000
MEDIANA	Entre 51 y 200	Superior a 5.000 y hasta 30.000
GRANDE	Superior a 200	Superior a 30.000
Fuente: Ley Mipymes.		

Cabe resaltar que el concepto formal de las PYMES en Colombia, surge con la Ley MIPYME (Ley 590 del 2000) aprobado por el congreso, en la cual se establece que “micro, pequeña y mediana empresa, es toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural, o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales, o de servicio, rural o urbana”⁴.

La iniciativa ejecutada con la Ley 905 de 2004, es coherente con la dinámica económica presentada en el país, como se menciona en párrafos anteriores las MIPYMES representan el 96 % del sector empresarial colombiano, por esta razón el gobierno nacional debe procurar darle un trato diferenciado a este grupo de

⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590. (10, Julio, 2000). Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Modificado por la Ley 905 de 2004). Ley 590 de 2000. Diario oficial. Bogotá D.C., 2000. No. 44078. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

empresas dadas sus limitaciones en capacidad tecnológica, acceso a financiamiento, baja calificación y cualificación de su fuerza de trabajo, obstáculos tributarios, entre otras⁵.

A pesar de los grandes esfuerzos realizados por parte del gobierno para incentivar una mejora en el acceso de las PYMES al sector financiero a través de mecanismos de fomento como Bancoldex, Findeter, Fondo emprender y Finagro que son bancos de segundo piso, definidos por Corficolombiana como los:

Encargados de dirigir sus recursos hacia sectores específicos de la economía con el fin de fomentar su desarrollo, a través de intermediarios financieros como los bancos comerciales o también llamados de primer piso⁶.

El financiamiento sigue siendo una de las tantas limitaciones a las que se enfrentan las empresas que buscan una fuente de apalancamiento para sus negocios, pues las entidades financieras demuestran poca confianza hacia el sector de las MIPYMES en Colombia por el alto riesgo crediticio que estas representan, debido a la informalidad con la que operan, al no contar con una historia crediticia y a su imposibilidad de contar con grandes inmuebles u otros activos tangibles que puedan servir como soporte para los diferentes créditos solicitados por empresarios de estas empresas; es por esto que “solo 12 de cada 100 empresas tienen acceso a los créditos bancarios⁷”.

En contraste, se pueden encontrar países como Chile que le otorgan una calificación menor de riesgos crediticios a las microempresas y PYMES, es decir, que facilitan la consecución de financiamiento de las empresas con el fin de lograr un desarrollo o diversificación de sus actividades económicas⁸.

⁵ RODRIGUEZ, Astrid Genoveva [en línea]. La realidad de la Pyme Colombiana. Desafío para el desarrollo. Fundes Colombia, 2013. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>. ISBN 958-33-8278-0.

⁶ CORPORACION FINANCIERA COLOMBIANA S.A [Anónimo]. Glosario. ¿Qué son los bancos de segundo piso. [en línea]. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.corficolombiana.com/WebCorficolombiana/paginas/documento.aspx?idd=1631&idr=138>.

⁷ Solo el 12 por ciento de las Pymes tiene acceso al crédito [Anónimo]. En: Portafolio. [en línea]. (5, Abril, 2013). [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/solo-el-12-ciento-las-pymes-tiene-acceso-al-credito>.

⁸ ROJAS-SUAREZ, Liliana. Promoviendo el acceso a los servicios financieros: ¿Qué nos dicen los datos sobre Bancarización en América Latina? En: Federación latinoamericana de Bancos. [en línea]. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: http://www.felaban.com/pdf/servicios_financieros.pdf.

Otro de los obstáculos a los que se debe enfrentar las MIPYMES, es el acceso al mercado interno, con mayor incidencia en la competencia desleal dada en el entorno empresarial, estas organizaciones se deben enfrentar a diario a sucesos como la “*informalidad, el contrabando, el lavado de activos, evasión de impuestos y a la piratería*”⁹, como menciona quien fuera ministro de comercio, industria y turismo en el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez, Luis Guillermo Plata:

Las empresas que no paguen, impuestos, ni salud, y que no elaboran libros tributarios (no son una excepción), sino que son similares en toda américa latina, y que provoca situaciones de competencia desleal con las entidades formales¹⁰.

Todas estas variables afectan directa o indirectamente, el desarrollo de las empresas que cumplen con todas las normas exigidas por las autoridades competentes, debido a que las empresas denominadas ilegales no deben incurrir en ciertos costos como lo son “(IVA, ICA, Retención en la Fuente, entre otros) los cuales si debe asumir la empresa que se encuentra legalizada y esto incide directamente en la competitividad de estas con respecto a las ilegales.

La fuerza de trabajo es otra de las limitantes que se suma a las ya mencionadas, el poder encontrar unos colaboradores que tenga las aptitudes y actitudes para desempeñar los cargos asignados es una tarea difícil, las MIPYMES se enfrentan a situaciones en las cuales tienen trabajadores que no tienen las capacidades intelectuales y técnicas de desarrollar una labor, que no cuentan con la experiencia previa requerida para el trabajo.

Esto se suma a la imposibilidad que tienen las empresas de pagar las aspiraciones salariales con las que arriban las personas que si cuentan con las cualidades y calificaciones para desempeñar los puestos de trabajo. Según un estudio realizado por el Ministerio de Educación señala que:

El 81% de los recién graduados de programas universitarios con acreditación de alta calidad, se vinculo con un promedio de \$1.759.973; el 70% de los de nivel tecnológico, se vinculo con un salario de \$1.139.750; y el 66% de los graduados de nivel técnico profesional con alta calidad,

⁹ RODRIGUEZ. Op. Cit., p. 64.

¹⁰ EFE. Informalidad de las pymes provoca competencia desleal. En: Noticias Caracol [en línea]. (28, Mayo, 2009). [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://m.noticiascaracol.com/economia/articulo140449-informalidad-de-pymes-provoca-competencia-desleal>.

ingresaron al mercado laboral con salarios de enganche de 1.042.290, en promedio¹¹.

Estas cifras confirman la casi nula posibilidad que tienen las MIPYMES de contar con personas cualificadas y calificadas en sus empresas, disminuyendo sus posibilidades de desarrollo y competitividad empresarial.

Las MIPYMES no logran realizar el punto de inflexión que permite sostener el crecimiento obtenido por la empresa a través del tiempo y de esta forma no cumplir el ciclo normal que tiende a la muerte empresarial, debido a todas las limitaciones que éstas afrontan.

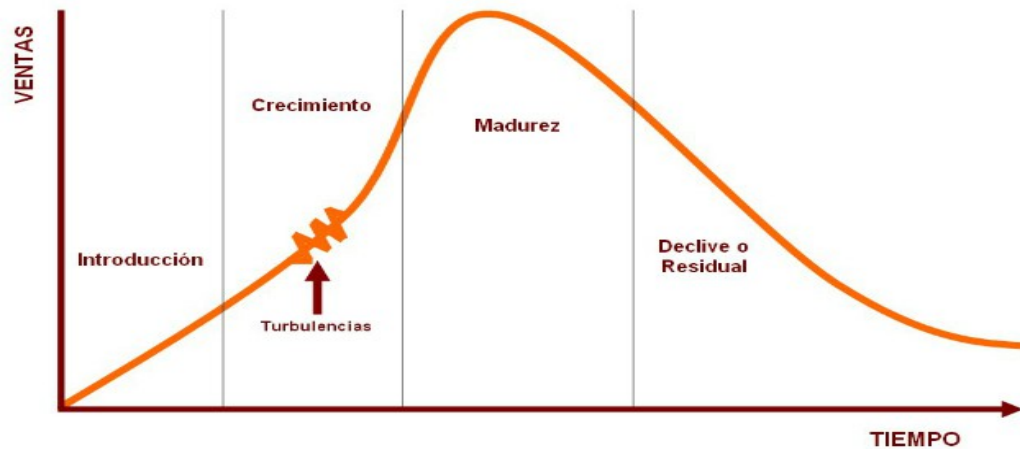
Los economistas Burachik, Méndez, Caravaca Reynolds y Maki, plantearon el ciclo de vida de una Pymes en el mercado como cuatro fases¹².

- Primera Fase: “*Fase de introducción*”, cuando surge la iniciativa empresarial.
- Segunda Fase: “*Fase de crecimiento*”, durante éste periodo la empresa inicia una relación económica más sólida respecto a sus clientes y proveedores, en pro de expandir sus horizontes.
- Tercera Fase: “*Fase de transición*”, fase en la cual una empresa obtiene su mayor estado de madurez y posicionamiento en el mercado.
- Cuarta Fase: “*Fase de declive*”, ésta fase se da cuando la empresa no logra un afianzamiento en el mercado.

¹¹ Así están ganando los egresados [Anónimo]. En: Revista Dinero [en línea], Junio 2013. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=187544>.

¹² CARDONA ACEVEDO, Marleny; GAMBOA, Carlos Andrés y OSORIO GARCIA, Ana Roció. CICLO DE VIDA y localización espacial de las firmas en Colombia. En: Revista Universidad EAFIT [en línea], 2005, no. 137. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/viewFile/837/746>.

Figura 1. A continuación se presenta un grafico que ejemplifica de una forma mas clara el ciclo de vida de una PYME*.



Según Blázquez Santana en el año 2005, “el crecimiento empresarial es el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno y la empresa se ve compelsida a la adquisición de nuevos recursos para su sostenimiento”¹³.

Es posible percibir que el ambiente económico – empresarial tenía como elemento clave para lograr el crecimiento de las organizaciones una adaptabilidad hacia los sucesos dados en el entorno en aspectos como la CALIDAD y la I+D. Gracias a esto, tanto el gobierno nacional como las empresas procuran una actualización constante en todos estos factores, siendo consientes que de ello depende el futuro crecimiento de sus economías empresariales.

Siguiendo con las tendencias latinoamericana y nacional, el Sur occidente colombiano (Valle del Cauca, Nariño, Cauca) posee una incidencia considerable de las MIPYMES en sus economías. Estas empresas se caracterizan por ser de tipo familiar en su mayoría (85.8%), además de tener pocas posibilidades de internacionalización y de obtener certificaciones de calidad (ISO), que les permitan ser mas competitivos en el mercado interno y externo¹⁴.

¹³ BLÁZQUEZ SANTANA, Félix; DORTA VELÁZQUEZ, José Andrés y VERONA MARTEL, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración [en línea] 2006, 19 (enero-junio): [Fecha de consulta: 16 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>. ISSN 0120-3592.

¹⁴ GALVEZ, Edgar, Julián *et al.* Características y factores de éxito de las MIPYMES en el sur occidente Colombiano. En: CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPIRITU EMPRESARIAL. (18, 17-19, Abril, 2013: Cali, Colombia). Informe FAEDPYME Región Sur Occidente – Colombia. [en línea]. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.gaedpyme.upct.es/noticiasred23.php>.

* Figura tomada de imágenes de Google.

Asimismo, se continúa con la tendencia nacional de contar con numerosas limitaciones al crecimiento económico de las MIPYMES, como lo menciona el Director de Planeación Nacional Cristian Garcés en la Revista Visión MIPYME:

Para garantizar la sostenibilidad y competitividad de las MIPYMES en el Valle del Cauca, en la economía global, es necesario facilitar el acceso al crédito y a todos los servicios financieros que sirvan como mecanismos de incremento de su productividad¹⁵.

Las limitaciones u obstáculos presentados en el ámbito empresarial nacional y regional deben ser analizados por las respectivas autoridades encargadas del desarrollo de las empresas, con el fin de buscar las soluciones para que las organizaciones puedan atravesar esas barreras que no le permiten fortalecerse y por ende crecer.

¹⁵ ACOPI Valle del Cauca. Mipymes: Verdadero motor económico del país. En: VISION MIPYME – Revista Institucional [en línea], (2013, Julio). [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://acopivalle.com.co/project/vision-mipyme-revista-institucional/>.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En las cátedras universitarias, Cámaras de Comercio y sobre todo en el gobierno nacional se pregona e incentiva a las personas a no ser empleados, es decir, impulsan a la creación de sus propias empresas (MIPYMES), pero a raíz de esto surgen una serie de preguntas: ¿Hay facilidad en Colombia para la creación de una empresa?, ¿Logra una empresa tener crecimiento empresarial?

Para dar respuesta al primer interrogante es preciso tomar como base el estudio realizado por la Doing Bussiness* del grupo Banco Mundial, que determina la facilidad para hacer negocios dentro de un país, Estudio en el cual Colombia ocupa el puesto 43 entre 189 países. Cuando se habla de *facilidad para hacer negocio*, lo que se quiere expresar son todas las barreras burocráticas a las que una persona o un grupo empresarial se deben someter para realizar la apertura de una organización, tales regulaciones evaluadas por la Doing Bussiness son la eficiencia en los procesos de apertura, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad, registro de propiedades, pago de impuestos y comercio transfronterizo¹⁶. Estos obstáculos limitan la eficiencia empresarial de una organización y conllevan al estancamiento de la misma respecto a sus dinámicas empresariales, según la Doing Bussiness debido a esto, el gobierno Colombiano realizó dos reformas con el fin de facilitar la creación de nuevas empresas en el año 2013.

Las limitaciones inciden en gran medida en el nivel de crecimiento al que aspiran llegar las empresas, cuando estas se unen con las barreras que suelen aparecer durante las demás etapas del ciclo de vida de una organización, tales como:

- Poco acceso a financiación.
- Limitaciones en tecnología.
- Limitaciones en el acceso al mercado interno, entre otras.

Se evidencia que se da una restricción negativa a la capacidad de tales empresas de lograr una competitividad en el mercado a través del tiempo.

¹⁶ GRUPO BANCO MUNDIAL. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas. 2014. Reportes anuales: ed. 11. [en línea]. [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB14-minibook-spanish.pdf>

* La Doing Bussiness 2014 es la decimoprimer edición de la serie de reportes anuales que realizan las regulaciones que impulsan la actividad empresarial y aquellas que la constriñen. Doing Bussiness presenta indicadores cuantitativos sobre las regulaciones empresariales y la protección a los derechos de la propiedad que pueden ser comparados entre 189 economías.

Al competir una MIPYME en mercados tan desfavorables para sus intereses y con el bajo nivel de posibilidades existentes en Colombia, estas empresas tienden a tener una mortalidad del 54% en promedio a los 3 años de su apertura, según lo indicó el presidente de Confecamaras Julián Domínguez en declaraciones dadas al diario el País en 2013¹⁷.

En base a lo anterior, podemos afirmar que lograr un sostenimiento y más aun obtener un crecimiento empresarial no se da de manera fácil, para alcanzar esto se deben conjugar una serie variables tanto endógenas como exógenas en la organización, que se adquieren una vez se logran atravesar las diferentes limitaciones antes mencionadas.

Estos argumentos dan lugar a una investigación acerca del crecimiento empresarial que ha tenido el municipio de Pradera, Valle en rubros como ventas, infraestructura y en la generación de empleo en pro de los habitantes y cuál es la proyección de estas empresas hacia el futuro.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¹⁷ GARCÍA SIERRA, Alfredo. La mortalidad empresarial se ha reducido en el país: Confecamaras. En: El País. [en línea]. (5, Septiembre, 2013). [Fecha de consulta: 08 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/mortalidad-empresarial-ha-reducido-pais>.

¿Cuál fue el crecimiento empresarial de las MIPYMES formalizadas, en el sector urbano del municipio de Pradera Valle en el periodo 2013-2014 y cual es su proyección de crecimiento en el año 2015?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer cual fue el crecimiento empresarial de las MIPYMES formalizadas en el área urbana del municipio de pradera, Valle en el periodo 2013-2014 y cuál es su proyección de crecimiento en el año 2015.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Caracterizar el sector de las MIPYMES en el área urbana del municipio de Pradera, Valle
2. Analizar los factores que determinan el crecimiento empresarial de las MIPYMES.
3. Determinar el crecimiento en relación a ventas, infraestructura y generación de empleo de las MIPYMES en Pradera Valle.
4. Determinar la proyección de crecimiento respecto a ventas, infraestructura y generación de empleo de las MIPYMES en Pradera Valle.

5. JUSTIFICACIÓN

En Colombia el sector de las MIPYMES se ha convertido en una figura preponderante en la economía del país y por ende también de cada una de las regiones. Estas empresas son aquellas que se encargan de jalonar aspectos económicos tan importantes como infraestructura, ventas y empleo, que permiten generar un mayor beneficio socioeconómico de cada uno de los habitantes de las poblaciones del país. Estos argumentos se fundamentan en cifras que demuestran la incidencia de dichas empresas en la dinámica económica, tales cifras son la representación de las MIPYMES en la actividad empresarial que se encuentra alrededor del 96 %, estas generan aproximadamente el 63 % de empleo en el país, y además tienen presencia en gran parte de los sectores productivos del mercado colombiano¹⁸.

Sin embargo, las MIPYMES son denominadas las “Reinas olvidadas de la economía”¹⁹, ya que estas deben afrontar una infinidad de problemas (antes mencionados) al querer alcanzar el crecimiento económico de sus empresas, es por esto, que se desea evaluar el crecimiento y la proyección económica de estas iniciativas empresariales, para realizar este estudio se tomara como eje el municipio de Pradera Valle del Cauca.

Pradera es un municipio que ha sido estigmatizado con argumentos y sin ellos, a raíz de diferentes sucesos violentos (homicidios y extorsiones). Tan solo por el hecho de que este municipio sea denominado como “Zona roja” un poblador suyo no cuenta con las mismas oportunidades en la consecución de empleo que un habitante de otro municipio, convirtiéndose éste en uno de los motivos que ha conllevado a la creciente generación de Mipymes. En el año 2013 Pradera contaba con 464 empresas registradas en la Cámara de comercio de Palmira, estas cifras evidencian que Pradera basa su mercado interno en las Mipymes, justificando así la pertinencia de evaluar el desempeño de estas y su aporte al desarrollo socioeconómico de los Pradereños.

A pesar de que Pradera posee en su mayoría empresas que se encuentran entre las denominadas Mipymes, NO se conoce de programas articulados entre la Cámara de Comercio y la alcaldía establecida en Pradera Valle, que permitan atacar las falencias y necesidades que se presentan en las empresas, por parte de estas dos entidades encargadas de promover e incentivar el desarrollo de las

¹⁸ HURTADO RIATEGUI, GISELLE y DUQUE NOSSA, MONICA. Estudio del clúster de Restrepo, hacia la competitividad y la responsabilidad social empresarial. Tesis de especialización en Gestión Empresarial. Bogotá: Universidad Politécnico Grancolombiano. 2015. p. 3. [en línea]. [Fecha de consulta: 18 de Febrero de 2014] Disponible en: <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/673/1/RSE%20Sinergia%20Consultores%20MC.pdf>.

¹⁹ LIGNY DE, Nicolás. Pymes las reinas olvidadas. En: Revista Humanum. [en línea], Enero 2013. [Fecha de consulta: 18 de Marzo de 2014] Disponible en: <http://www.revistahumanum.org/blog/pymes-economia-problemas-america-latina/>.

organizaciones. Esta afirmación se fundamenta al no percibirse, ni obtener una comunicación de la real importancia que tiene estas entidades en el apoyo que le puede ofrecer a las empresas, además de esto no se conocen investigaciones profundas por parte de estas que den a conocer la actual situación de las organizaciones Pradereñas y los aspectos que a ellas afectan.

Los índices de informalidad representan el 50% del sector empresarial del municipio de Pradera²⁰, esto puede dar cabida a una serie de aspectos que pueden surgir a raíz de la informalidad como lo es el contrabando, la evasión de impuestos, la piratería, entre otros²¹, que pueden afectar directamente aquellas organizaciones que se encuentran legalmente formalizadas, ya que esto incide en los precios de mercados y por ende en la competitividad de las Mipymes, debido a esto, es preciso conocer de las fuentes principales, es decir los empresarios, cual ha sido la real incidencia de estos índices de informalidad en sus empresas.

La Universidad del Valle, ente encargado del fomento y motivación a la creación de iniciativas empresarial, posee en la actualidad con 100 estudiantes residentes en el Municipio de Pradera Valle dentro de su alma mater, por lo tanto, es oportuno que la Universidad obtenga conocimiento acerca de como ha sido la aplicación de conceptos dados en la cátedra universitaria por parte de sus estudiantes y de como es el aporte de estos al desarrollo socioeconómico de la comunidad.

6. MARCO CONTEXTUAL

Colombia es un país que se caracteriza por poseer una estructura economía con énfasis en la actividad productiva, principalmente, la agricultura, la producción

²⁰ Oficio de petición al señor José Luis Escobar, Secretario de Hacienda de la Alcaldía de Pradera, Valle del Cauca, 07 de Marzo de 2014.

²¹ RODRIGUEZ. Op., Cit. p. 64.

industrial y la minería²², en gran medida esto es desarrollado por el sector de las MIPYMES, este sector se ha convertido en una figura preponderante en la economía del país y por ende también de cada una de las regiones. Estas empresas son aquellas que se encargan de jalonar aspectos económicos tan importantes como infraestructura, ventas y empleo, que permiten generar un mayor beneficio socioeconómico de cada uno de los habitantes de las poblaciones del país. Estos argumentos se fundamentan en cifras que demuestran la incidencia de dichas empresas en la dinámica económica, tales cifras son la representación de las MIPYMES en la actividad empresarial que se encuentra alrededor del 96 %, estas generan el 63 % de empleo en el país, y además tienen presencia en gran parte de los sectores productivos del mercado colombiano²³.

El Valle del Cauca es uno de los departamentos llamados a jalonar la economía nacional, esto se evidencia con la contribución en el 2013 de 9.4% en la producción nacional²⁴, puesto que, es una de los departamentos referentes económicos a nivel histórico junto a Cundinamarca, Antioquia, Bogotá D.C en aspectos macroeconómicos del país. Colombia en el 2013 tuvo un cierre extraordinario en lo que tiene ver con indicadores como el PIB con una expansión del 5.1%, superando a la cifra arrojada en el 2012 que fue de 3.9%²⁵, sobresaliendo de esta forma sobre países tan importantes de la región como Chile, Perú y México, que además pertenecen a los socios comerciales con mayor preponderancia de Colombia²⁶.

Figura 2. Aporte al PIB Nacional por Departamentos en el año 2013

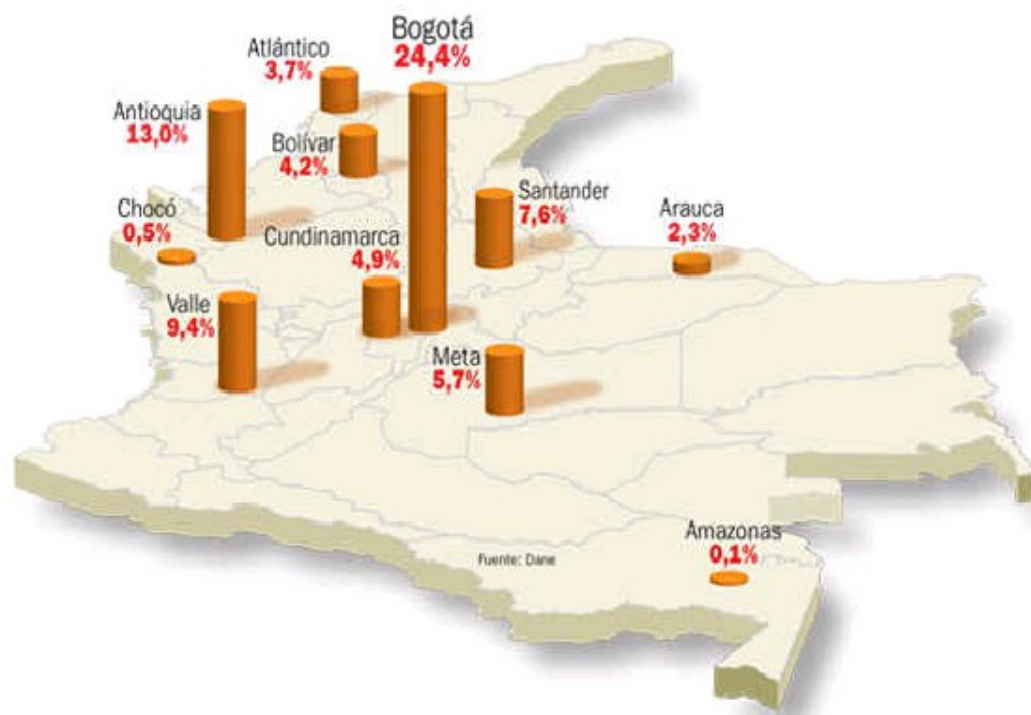
²² GARAY SALAMANCA, Luis Jorge [en línea]. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Edición virtual del libro de Luis Jorge Garay. Bogotá D.C: 1998. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/204.htm#a6>.

²³ HURTADO RIATEGUI, GISELLE y DUQUE NOSSA, MONICA. Op. Cit., p. 3.

²⁴ Desigualdad económica de las regiones [Anónimo]. En: Revista Semana [en línea], Octubre 2013. [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/crecimiento-economico-departamentos/361568-3>.

²⁵ Economía se desacelero más de lo esperado [Anónimo]. En: Portafolio. [en línea]. (20, Diciembre, 2012). [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014] Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-el-tercer-trimestre-del-2012>.

²⁶ Un buen año para la economía [anónimo]. En: Revista Semana [en línea], Diciembre 2013. [Fecha de consulta: 07 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/balance-de-la-economia-colombiana-en-2013/369104-3>.



Fuente: Revista semana²⁷

El departamento del Valle del Cauca se destaca en la economía con sectores de suma importancia como el industrial, agroindustrial, servicios y manufactura, que representa un gran aporte al crecimiento económico del país. Además la región Vallecaucana tiene un alto reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional por tener una industria azucarera sobresaliente que cuenta con el 71% de los ingenios y fabrican gran parte del azúcar de la nación, la cual le permite ser uno de esos referentes económicos antes mencionados²⁸.

El Valle del Cauca cuenta con unas considerables fortalezas que lo convierten en un polo importante de progreso económico. Tales razones se expresan, en que el departamento se encuentra ubicado en el suroccidente del país, teniendo dentro de sus municipios a Buenaventura que posee el puerto mas importante de Colombia y uno de los mas trascendentes del continente americano. Las otras ventajas que posee el Valle del Cauca son la disposición hacia mercados internacionales por medio del corredor estratégico de comercio exterior por medio

²⁷ Desigualdad económica de las regiones. [anónimo]. En: Revista Semana [en línea]. Octubre 2013. [Fecha de consulta: 07 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/crecimiento-economico-departamentos/361568-3>.

²⁸ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Producto Interno Bruto Manufactura del Valle del Cauca año. 2 ed. Valle del Cauca: ARROYO MINA, José Santiago. 2013. 09 p. [en línea]. [Fecha de consulta: 20 de Marzo de 2014]. Disponible en: [file:///D:/Doc %20Personales/Downloads/Estudios Socioecon %C3%B3micos_No._2._PIB_e_Industria_Manufacturera..pdf](file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Estudios_Socioecon%C3%B3micos_No._2._PIB_e_Industria_Manufacturera..pdf). ISSN 2346-0954.

de la cuenca del pacífico, solidez en su estructura estratégica, la innovación industrial y los altos niveles de desarrollo de su talento humano²⁹.

El proyecto de evaluación de crecimiento y proyección económica, tendrá como contexto principal el municipio de Pradera, Valle del Cauca.

Pradera es uno de los 42 municipios que conforman el departamento del Valle Cauca, fue fundado en el año 1862 por los señores Rafael Gonzales Camacho, Sergio Carvajal, Sixto María Sánchez, Sixto Piedad Concha y Apolinar Obregón, además cuenta con una población aproximada de 52.493 habitantes según proyecciones realizadas por el DANE en el año 2011³⁰.

La economía Pradereña gira en torno a sectores productivos como el agrícola y el pecuario, principalmente en base en el cultivo de la caña de azúcar, el cual representa el 40% de la zona plana cultivada, siguiendo de esta forma con la tendencia de la región en la producción industrial azucarera, dado esto por la cercanía en la que se encuentra con unos ingenios agroindustriales como Mayagüez S.A y Riopaila Castilla³¹.

El municipio posee 934 empresas en el área urbana, de las cuales 574 hacen parte del sector comercial, 332 de servicios, 21 de industrial y 7 del sector financiero³². El total de empresas presentadas incluyen 464 entes organizacionales que se encuentran debidamente legalizados ante la cámara de comercio, representando menos del 50% de la fracción empresarial del municipio, de los cuales 423 son microempresas, 35 son pequeñas empresas, 6 medianas empresas y grandes empresas no se registran en la población³³.

²⁹ Ibid. p. 13.

³⁰ COLOMBIA. HONORABLE CONSEJO MUNICIPAL PRADERA VALLE. Acuerdo No. 006. (14, Junio, 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo para el Municipio de Pradera – Valle del cauca “Tu tu también cuentas la maquinaria del progreso”. Pradera Valle. 2012. p. 1-266. [en línea]. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2014]. Disponible en: http://www.pradera-valle.gov.co/apc-aa-files/34353136316661336639366562633534/ACUERDO_No.006_PLAN_DESARROLLO_2012_2015.pdf

³¹ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Op. Cit., 84.

³² Oficio de petición al señor José Luis Escobar, Secretario de Hacienda de la Alcaldía de Pradera, Valle del Cauca, 07 de Marzo de 2014.

³³ CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA. Indicadores composición empresarial 2012. Palmira Valle. 2013. Estudio de composición empresarial. [en línea]. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Composicionempresarial2013D.pdf>.

Los establecimientos comerciales que poseen una mayor preponderancia son las tiendas y misceláneas minoristas que ostentan 177 empresas, mientras que por el lado del sector servicios el predominio lo tienen los salones de belleza-peluquería y los servicios de comunicaciones, correo, fax, que respetivamente cuentan con 30 establecimientos de servicios. Los sectores con mayor representación son los comerciales y el de servicio, mientras que los sectores industriales y financieros representan la minoría de empresas en Pradera³⁴.

Se puede percibir que el sector empresarial se encuentra disperso en todo el territorio Pradereño, sin embargo, tiene una concentración alta de las empresas en el área central del municipio, encontrándose en ella algunas de las organizaciones mas importantes como Mercapava S.A, las diferentes entidades financieras (Banco Agrario y Bancolombia) y los almacenes comerciales (Quest).

7. MARCO CONCEPTUAL

³⁴ Oficio de petición al señor José Luis Escobar, Secretario de Hacienda de la Alcaldía de Pradera, Valle del Cauca, 07 de Marzo de 2014.

7.1 PROYECCIÓN ECONÓMICA: El resultado de una predicción se debe considerar solo como una medición de evidencias incompletas, basadas en comportamientos empíricos de situaciones parcialmente similares o en inferencia de datos estadísticos disponibles³⁵.

7.2 CRECIMIENTO EMPRESARIAL: Es el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el **entorno** o promovido por el **espíritu emprendedor del directivo**, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar **su capacidad productiva** mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello **cambios organizacionales** que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual puede venir avalado por la **capacidad financiera** de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una **competitividad** perdurable en el tiempo³⁶.

7.3 DESARROLLO ECONÓMICO: el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión es el mejoramiento total de la sociedad³⁷.

7.4 CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA: El ciclo de vida organizacional en una empresa equivale al sendero evolutivo transitado por ella a través de su existencia. Dicha ruta inicia desde los primeros pasos de la firma y culmina en sofisticadas formas de gestión de conglomerados empresariales. Los autores más relevantes que han analizado este tema utilizan distintas variables como indicadores de dicho sendero evolutivo, por ejemplo: antigüedad de la empresa, el número de empleados, el tamaño en ventas de la empresa, el papel del

³⁵ SAPAG CHAIN, Nassir. Evaluación de proyectos de inversión en la empresa [en línea]. Argentina. Pearson Education S.A. 2001. p. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2014]. Disponible en: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/210104/Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion-En-La-Empresa-Sapag-Chain-Nassir.pdf>.

³⁶ BLÁZQUEZ SANTANA, Félix; DORTA VELÁZQUEZ, José Andrés y VERONA MARTEL, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración [en línea] 2006, 19 (enero-junio): [Fecha de consulta: 16 de junio de 2014] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>> .ISSN 0120-3592

³⁷ CASTILLO MARTIN, Patricia. Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. En: Revista internacional del mundo económico y del derecho [en línea]. 2011. no. 3. pág. 1-12. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2014]. Disponible en: <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>.

emprendedor, la combinación entre flexibilidad y control, el ambiente competitivo entre otros³⁸.

7.5 COMPETITIVIDAD: Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo³⁹.

7.6 VENTAJA COMPETITIVA: La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes y que supera los costos de ellos. Existen dos tipos de ventajas competitivas el liderazgo en costo y la diferenciación⁴⁰.

7.7 CADENA DE VALOR: Es un modelo teórico que grafica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y la misma empresa. La cadena de valor cuenta con actividades primarias (logística de entrada, operaciones, logística de salida, mercadeo y ventas, servicios) y actividades de apoyo (infraestructura, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico y aprovisionamiento)⁴¹.

7.8 MERCADO INTERNO: La economía neoclásica define el mercado interno como las transacciones de bienes de servicios y consumo dentro del territorio nacional, reduciendo así su contenido al ámbito de la esfera de la circulación, cuando detrás de ella se esconden la estructura de la producción nacional, su lugar en la cadena mundial de producción y transferencia de valor y plusvalor, así

³⁸ LEIVA BONILLA. Juan Carlos. PYMES. Ciclo de vida y etapas de desarrollo. En: Fundación Dialnet. [en línea], 2006, No. 1. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. Disponible en: [file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Dialnet-PYMES-2881106%20\(6\).pdf](file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Dialnet-PYMES-2881106%20(6).pdf)

³⁹ GARAY SALAMANCA, Luis Jorge [en línea]. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Concepto de competitividad. Edición virtual del libro de Luis Jorge Garay. Bogotá D.C: 1998. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatina/204.htm#a6>.

⁴⁰ PORTER E. Michael. Estrategia competitiva: Conceptos básicos. En: Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. sexta reimpresión. México: Grupo editorial patria, 2007. p. 34-38.

⁴¹ Ibíd. p. 62.

como el lugar y papel de las burguesía y de los trabajadores en el país o región de que se trate⁴².

7.9 MIPYMES: Micro (menos de 10 colaboradores), pequeña (mas de 10 y menos de 50 colaboradores) y mediana empresa (mas de 50 y menos de 200 colaboradores), es toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural, o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales, o de servicio, rural o urbana⁴³.

7.10 EMPRENDIMIENTO: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a acabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad⁴⁴.

7.11 VENTAJA COMPARATIVA: El principio de ventaja comparativa establece que para todo país será rentable que se especialice en la producción y exportación de aquellos bienes que el puede producir a un coste relativamente bajo. Y por otro lado, todo país obtendrá beneficios si importa aquellos bienes que produce a un coste relativamente alto⁴⁵.

8. MARCO TEORICO

⁴² RAMIREZ ACOSTA, Eloy Samuel. Mercado interno y desarrollo económico en América Latina. En: Zona económica [en línea]. Junio 2008. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/desarrollo-america-latina/conclusiones>

⁴³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590. (10, Julio, 2000). Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Modificado por la Ley 905 de 2004). Ley 590 de 2000. Diario oficial. Bogotá D.C., 2000. No. 44078. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

⁴⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014. (26, Enero, 2006). Fomento a la cultura de emprendimiento. Ley 1014 de 2006. Diario oficial. Bogotá D.C., 2006. No. 46164. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331.

⁴⁵ SAMUELSON, Paul y NORDHAUS, William. Microeconomía. Decimoctava ed. Madrid: McGraw-Hill. 2006. ISBN 84-481-5155-0

8.1 APERTURA ECONOMICA Y VENTAJA COMPARATIVA (DAVID RICARDO)

Colombia a lo largo de la historia se ha caracterizado por poseer una estructura economía basada en su actividad productiva, es decir, la agricultura, la producción industrial y la minería, estos sectores contaron con su mayor auge en el periodo de 1970-1975, años en los que estas porciones de la economía poseían una participación en el PIB, respectivamente de 24.9%, 22.6% y 2.2% representando de esta forma el 49.7% de la producción nacional de este periodo⁴⁶.

Lo anterior indica que Colombia basa sus fortalezas tanto a nivel nacional como internacional en productos básicos que no representan mayor valor en la cadena productiva del país, puesto que, son productos que no poseen altos niveles de diferenciación y valor que permitan generar una serie de ventajas respecto a los competidores.

En contraste hace 23 años el país acogió un modelo económico aperturista que no tuvo en cuenta las condiciones propias de la estructura económica del país⁴⁷, para dicha elección se tomo como base la teoría neoclásica suministrada por David Ricardo que se denomina “la ventaja comparativa”, la cual tiene como premisa que:

Todo país será rentable al especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que el puede producir a un coste relativamente bajo. Y por otro lado, todo país obtendrá beneficios si importa aquellos bienes que produce a un coste relativamente alto⁴⁸.

Al realizar un análisis acerca de la aplicación de la ventaja comparativa en el país, se puede evidenciar que existe una serie de problemáticas que pudieron haber sido pasadas por alto a la hora de la elección de dicho modelo económico

⁴⁶ GARAY SALAMANCA, Luis Jorge [en línea]. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Edición virtual del libro de Luis Jorge Garay. Bogotá D.C: 1998. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/204.htm#a6>.

⁴⁷ SARMIENTO PALACIOS, Eduardo. Salvemos el país y hundamos el modelo. En: Foro Nacional por la Salvación Agropecuaria (2: 9-10, Junio: Ibagué, Colombia). 1999. [en línea]. [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://cedetrabajo.org/wp-content/uploads/2012/08/25-11.pdf>.

⁴⁸ SAMUELSON y NORDHAUS. Op. Cit., p. 287.

aperturista, el principal inconveniente no avizorado es el tipo de ventaja comparativa con la que cuenta Colombia, como se menciona en párrafos anteriores el país basa su competitividad en productos denominados “commodities”*, dichos productos no cuentan con ningún valor agregado que logren generar mayor competencia del mercado interno Colombiano respecto a los demás países, como lo diría el economista Colombiano Eduardo Sarmiento Palacios “Colombia tiene ventaja comparativa en productos que carecen de demanda externa”⁴⁹.

La aplicación del modelo aperturista, en base a la ventaja comparativa y la inminente inmersión de Colombia en la economía globalizada, contrajo consigo un debilitamiento en el sector industrial del país, puesto que, la apertura no logro los resultados que se esperaban en crecimiento económico y en la transformación del sector manufacturero con fines de inserción en el aparato productivo industrial internacional, acarreando con esto una disminución de la creación de nuevos puesto de trabajo⁵⁰.

El debilitamiento del sector industrial Colombiano, sector que crea la mayor cantidad de empleos en cada uno de los países, esto genero en Colombia la necesidad de buscar alternativas al fenómeno llamado desempleo, es por esto, que se dio el surgimiento de un gran numero de iniciativas empresariales (Mipymes), en la actualidad estas representan el 97% del sector empresarial de Colombia.

8.2 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO (GARETH R. JONES)

Al poder deducir que Colombia depende en gran medida de las Mipymes para obtener óptimos resultados en su economía, vale la pena realizar un análisis acerca de como es el desempeño de dichas organizaciones y como es el ciclo de vida por el cual deben atravesar las empresas.

⁴⁹ PALACIOS SARMIENTO, Eduardo. La crisis del euro y el TLC. En: El cerealista. Abril, 2012 p. 26-28. [en línea]. [Fecha de consulta: 10 de Marzo de 2014]. Disponible en: http://www.fenalce.org/arch_public/actual101.pdf

⁵⁰ MALDONADO ATENCIO, Alexander Alfonso. La evolución del crecimiento industrial y transformación productiva en Colombia 1970-2005: patrones y determinantes. Tesis de Magister en Economía. Bogotá D.C Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas. 2010. 69 p. [En línea]. [Fecha de consulta: 16 de Marzo de 2014]. Disponible en: [http://www.bdigital.unal.edu.co/2021/1/TESIS_ORIGINAL_OCTUBRE_12_\(1\).pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/2021/1/TESIS_ORIGINAL_OCTUBRE_12_(1).pdf)

* Los commodities son bienes básicos son aquellos productos que puedan ser destinados a uso comercial, sin embargo, la característica más importante de estos es que no cuentan con ningún valor agregado, ningún proceso o diferenciación con los productos que se encuentran en el mercado, por esta razón son utilizados como materias primas para la elaboración de otros bienes.

Las empresas al igual que los seres vivos pasan por una serie de fases que deben atravesar a través de los años, estos ciclos contarán con múltiples obstáculos que pueden limitar el buen proseguir de las empresas, pero también presenta un abanico de oportunidades que al ser aprovechadas pueden traer muchos beneficios a las organizaciones⁵¹.

Para proporcionar una mayor claridad acerca del concepto de ciclo de vida de una empresa, se puede tomar como referente a **GARETH R. JONES** el cual dice que:

Las organizaciones experimentan una secuencia predecible de etapas de crecimiento y cambio, este es el ciclo de vida organizacional. Las 4 etapas principales son: Nacimiento, crecimiento, declinación y muerte⁵².

Este ciclo de vida es diferente en cada una de las empresas, en algunas pueden atravesarse las fases de una manera mas rápida y en otras no se logra alcanzar a atravesar toda el ciclo al cual aspiran las organizaciones que es la de alcanzar un crecimiento económico sostenido.

Una vez hecha la introducción del ciclo de vida de una empresa, se abordaran cada una de las fases, con el fin de tener un conocimiento más amplio de cada una de estas 4 etapas.

8.2.1 Nacimiento⁵³

Las empresas surgen dada la iniciativa de un emprendedor de abordar una oportunidad generada en el mercado y que no ha sido cubierta por el resto de las personas.

Esta primera etapa es una de las de mayor peligro en el ciclo de vida, puesto que, las nuevas organizaciones sufren la desventaja de no contar con una experiencia previa en el mercado, además de no poseer una estructura empresarial solida que limite la incertidumbre y garantice el sostenimiento y crecimiento de la empresa.

⁵¹ ALTIERI, Stefania; COMAS, Lucia y TILVE, Patricia. Ciclo de vida, etapas de crecimiento y estrategias de sustentación de empresas de transporte carretero en el Uruguay. Trabajo de investigación monográfica Contador Publico. Montevideo Uruguay. Universidad de la Republica. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. 2010. 140 p. [En línea]. [Fecha de consulta: 16 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.ccee.edu.uy/bibliote/monografias/2010/M-CD4186.pdf>

⁵² Ibid. p. 12.

⁵³ Ibid. p. 13, 14.

Otra de las razones por la cual se puede decir que esta etapa cuenta con un grado de peligro alto, son las condiciones del mercado con las que se puede encontrar una empresa, dado que las organizaciones deben hacer uso de recursos escasos no se sabe si la empresa puede acceder a estos recursos de una manera accesible o sencilla

8.2.2 Crecimiento⁵⁴

Una vez se consigue superar la etapa de nacimiento, la empresa entra en un estado en el cual requiere que se obtenga un control y se haga un uso óptimo de los recursos escasos con el fin de eliminar incertidumbre al camino de la organización.

El alcanzar un crecimiento la empresa da una imagen de progresión y da la idea que tiene posibilidades de un desarrollo empresarial a futuro.

8.2.3 Declinación y muerte⁵⁵

Esta es la etapa en que la empresa no consigue anticipar, reconocer y adaptarse a las presiones internas y externas que limitan la sobrevivencia de la organización en el mercado a largo plazo e inexorablemente sigue el camino que lleva a la desaparición y muerte de la empresa.

Al haber profundizado en cada uno de estas etapas, se puede ultimar que la etapa de *crecimiento* es en la que se tener mayor énfasis, debido a que, esta es la fase en que la empresa puede desarrollar una serie de destrezas que creen valor y generen una **VENTAJA COMPETITIVA** a la empresa.

8.3 VENTAJA COMPETITIVA (MICHAEL E. PORTER)

La clave para que una empresa pueda hacer un punto de inflexión y no cumpla con el ciclo de vida completo que lleve al declive y por consiguiente a la muerte empresarial, es la búsqueda de estrategias que generen una serie de ventajas que le permita ser competitiva a las organizaciones y le obtenga un crecimiento sostenido, en palabras de MICHAEL E. PORTER:

La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de la industria o mercado, escenario fundamental donde se lleva la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable y

⁵⁴ Ibid. p. 14-15.

⁵⁵ Ibid. p. 15, 16, 17.

sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia en el mercado⁵⁶.

Las empresas deben encaminar sus esfuerzos en la generación de valor en cada una de sus operaciones que deriven en estrategias que se dirijan a la satisfacción de los clientes.

Existen dos estrategias genéricas que pueden resultar en ventajas competitivas para la empresa, las cuales son *el liderazgo en costos y la diferenciación*⁵⁷.

La primera de las estrategias es la de **liderazgo en costos**, la cual consiste en lograr que la empresa se pueda convertir en una organización que maneje unos costos relativamente bajos que le garanticen poseer una porción del mercado gracias a que ofrece sus productos a un bajo precio⁵⁸.

Esta ventaja se puede generar una vez la empresa logra realizar todas sus actividades a menor valor que sus competidores, desplazando ese excedente hacia la satisfacción de los consumidores.

La realización de las actividades a un valor menor que el de los competidores, debe ser representado en mejoras en los diferentes eslabones de la **cadena de valor**, es decir, en muchos casos la cadena de valor de una empresa es semejante a la de otra del mismo sector, es por esto, que el éxito radicara en los avances que pueda hacer cada empresa para mejorar su cadena y que esto resulte en el ofrecimiento de productos y servicios que pueden ser competitivos respecto a los costos en el mercado⁵⁹.

Una vez se alcance la ventaja en costos debe sustentarse con múltiples barreras que impidan o limiten la entrada a la competencia al liderazgo alcanzado, puesto que, la empresa logra tener un desempeño óptimo con esta estrategia si solo si logra mantenerlo en su horizonte de tiempo a largo plazo⁶⁰.

La segunda de las estrategias es la **diferenciación**, la cual radica en que una organización logra una ventaja cuando posee características especiales que logra

⁵⁶ PORTER E. Michael. Estrategia competitiva: Conceptos básicos. En: Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. sexta reimpresión. México: Grupo editorial patria, 2007. p. 1.

⁵⁷ *Ibíd.* p. 11.

⁵⁸ *Ibíd.* p. 12.

⁵⁹ *Ibíd.* p. 99.

⁶⁰ *Ibíd.* p. 112

trasladar al bienestar de los clientes y le permite distinguirse de sus competidores⁶¹.

La diferenciación no puede ser vista solo desde la perspectiva del producto terminado como tal, como se mencionaba en párrafos anteriores la empresa puede residir su estrategia en la diferenciación en los eslabones de su cadena de valor, los cuales le pueden permitir generar una ventaja desde este sitio, Por ejemplo, una empresa puede establecer su ventaja al ofrecer productos que contengan materias primas de la mayor calidad posible ofrecidas por los proveedores.

En palabras de MICHAEL E. PORTER “la diferenciación sustentable exige que la compañía lleve a cabo varias actividades especiales de valor que repercuten en los criterios de compras”⁶². Es por esto, que con esta estrategia se busca influir directa e indirectamente en las decisiones de compras de los clientes tanto reales como potenciales a través de tácticas como la publicidad.

Esta sustentabilidad de la estrategia estará radicada en la capacidad que tengan las empresas de mostrar a los clientes un mayor valor en sus operaciones en pro de ellos y resguardar su valor generado evitando la imitación y la pérdida de este valor con los competidores, además de lograr un mejoramiento continuo de su cadena de valor a través de la **INNOVACION** constante.

8.4 LA INNOVACION Y EL EMPRESARIADO INNOVADOR (PETER DRUKER)

La innovación es un pilar de suma importancia en el buen proseguir de las empresas, una compañía que es innovadora y persiste en la utilización de esta estrategia puede ver garantizado en un largo horizonte de tiempo un nivel de competitividad alto respecto al mercado y sus competidores.

La innovación le permite a las empresas mantenerse en estos mercados aperturistas y globalizados que se presentan en estos tiempos, como diría **PETER F. DRUKER** en su libro *la innovación y el empresariado innovador*.

La innovación sistemática consiste en la búsqueda organizada y con un objetivo de cambios y en el análisis sistemático de las

⁶¹ Ibid. p. 119

⁶² Ibid. p. 150.

oportunidades que ellos pueden ofrecer para la innovación social y económica⁶³.

Las oportunidades están rondando en el mercado, esta en la astucia que tenga las empresas de sacar el mayor beneficio y garantizar el mantenimiento y supervivencia de las compañías a través de la innovación.

Es del común pensar que la innovación solo se da cuando se realiza un cambio técnico en algún producto o proceso, pero en base a lo dicho por DRUKER, se puede señalar que una innovación no se da exclusivamente de una forma técnica, ni si quiera se debe garantizar que este proceso innovador se realice a una cosa material, en diversos casos se dan mejoras o cambios al llevar acabo procesos de marketing que atraigan al consumidor en pro de la organización⁶⁴.

PETER F. DRUKER realizo una serie de principios en los cuales se pueden regir las empresas para llevar acabo el proceso innovador, dichos principios son⁶⁵:

- El proceso innovador debe tener sus inicios en el **análisis de las nuevas fuentes de oportunidades**⁶⁶, se debe procurar por la constante búsqueda de mejoras que permitan a la organización la generación de fortalezas en pro del buen desempeño de las organizaciones.
- La innovación no solo puede ser concebida desde la percepción directiva de las empresas, en contraste esta debe tener en cuenta a todos los actores tanto internos como externos que participan en la compañía, puesto que estos le pueden brindar una visión diferente de como pueda ser la proyección de la empresa y que podría mejorar.
- La clave para que se garantice la efectividad de la innovación es el nivel de **simpleza y medida** que esta posea. Se debe evitar las ambigüedades que puedan llevar a la organización al fracaso en el proceso.
- No hay garantía que se va obtener un gran negocio al aplicar la innovación, pero si se puede esperar que aquellas empresas que emplean los procesos innovadores van a mejorar en diversos rubros de sus compañías y posiblemente generara mayor valor para otorgarlo a los clientes.

⁶³ SOTO FLOREZ, María Del Rosario y MEDELLIN CABRERA, Enrique Alberto. La innovación y el empresariado innovador en Drucker, 2010. (La sociedad postindustrial y el trabajador del conocimiento). ISBN 978-607-95030-7-9. [en línea]. [Fecha de consulta: 22 de Marzo de 2014]. disponible en: http://www.concyteg.gob.mx/formulario/MT/MT2010/MT15/SESION2/MT152_RSOTOF_261.pdf.

⁶⁴ Ibid. p. 6.

⁶⁵ Ibid. p. 8.

⁶⁶ Ibid. p. 8, 9.

8.5 CADENA DE VALOR (MICHAEL E. PORTER)

Una vez se hace un recorrido a través de las 4 teorías antes mencionadas, se puede aterrizar en un concepto que de una u otra forma sirve como enlace de estas teorías en pro de un bien común (crecimiento empresarial), el concepto es la **cadena de valor**⁶⁷.

Como menciona Michael Porter en su libro ventaja competitiva “Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos”.

Al realizar un análisis a la cadena de valor de un micro, pequeña o mediana empresa, se tendrá la posibilidad de evidenciar como es el desempeño mostrado por la empresa, además de las posibilidades que esta posee de lograr un crecimiento y perdurar en el tiempo.

Cuando una organización dentro de sus procesos productivos logra alcanzar una diferenciación en cada uno de sus eslabones y esta es trasladada a través de los diferentes productos que ofrece al consumidor, obtiene un posicionamiento en el mercado que le permite adquirir ventajas respecto a sus competidores, lo cual conllevará a que su cadena de valor sufra una evolución o cambio hacia el crecimiento que reflejara en un aumento de las ventas, de su infraestructura y la generación de empleo.

8.6 DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL (FELIX BLAZQUEZ SANTANA)

La determinación del crecimiento empresarial dentro de una organización es de vital importancia para muchos actores (Propietarios, gerentes, colaboradores) que directa o indirectamente hacen parte del ambiente o entorno empresarial de las empresas, debido a que, una vez se establece como es el proseguir de la organización se puede generar un análisis exhaustivo de la real situación de la empresa en pro de conocer si esta realiza de la mejor manera los diferentes procesos organizacionales y si no es de esta forma, poder mejorarlos.

Sin embargo, los aportes teóricos presentados en este tema son escasos, además que aquellas contribuciones con las que se cuenta no presentan un consenso que permitan tener certeza en la utilización de los diferentes factores, debido a la

⁶⁷ PORTER E. Michael. Estrategia competitiva: Conceptos básicos. En: Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. sexta reimpresión. México: Grupo editorial patria, 2007. P. 34-38.

carencia de un modelo integrador para estudiar los múltiples determinantes del crecimiento empresarial⁶⁸.

Como se menciona en el párrafo anterior, existen una serie de consideraciones o factores que dan partida al análisis del crecimiento en las empresas, en algunos casos se considera que dicho fenómeno lo determinan los cambios estructurales presentados en la organización, la cantidad de activos poseídos y generados por las empresas, el tiempo de vida y en otras ocasiones se prioriza en temas como la generación de empleo, cambios organizacionales, volumen de producción, entre otros.

Una vez se ha realizado una búsqueda y análisis de conceptos brindados por diferentes actores, se ha optado por la definición de Felix Blazquez Santana, el cual aduce que el crecimiento empresarial es:

El proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo⁶⁹.

Félix Blázquez Santana en la siguiente definición logra articular o sintetizar una serie de factores que de forma explícita o implícita logran explicar la relevancia que tiene el estudio del crecimiento empresarial y cada uno de sus determinantes.

En esta investigación se ha optado por analizar a fondo tres factores, que son altamente nombrados en este tema como lo son: **la generación de empleo, aumento en ventas y cambio en infraestructura**, factores que al realizar un análisis profundo en la definición aportada por Félix Blázquez, sustenta el por que de la elección de estos factores para determinar el crecimiento empresarial.

⁶⁸ BLÁZQUEZ SANTANA, Félix; DORTA VELÁZQUEZ, José Andrés y VERONA MARTEL, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración [en línea] 2006, 19 (enero-junio) : [Fecha de consulta: 25 de Febrero de 2014] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>. ISSN 0120-3592

⁶⁹ Ibíd. p. 172

Además de lo indicado por Félix Blázquez hay una serie de autores que mencionan en sus aportes teóricos las anteriores variables. Cabe mencionar a **Cuervo García y Fernández Saiz** quien en 1987 establece que un aumento en las **ventas** deben entenderse como un factor que puede ser analizado a la hora de realizar una evaluación del crecimiento empresarial de una empresa en un determinado periodo de tiempo⁷⁰.

En el caso de la de la **infraestructura** fue abordado por **ALBACH** en 1967 y **SUAREZ SUAREZ** en 1984, los cuales englobaron el tema en el total de activos generados por las empresas a través de los años, lo cual le permite obtener un fortalecimiento organizacional⁷¹.

La **generación de empleo** es el tercer factor en cuestión, esta variable es una en la que mas concuerdan aquellos que han brindado su aporte al tema. La razón por la cual es altamente mencionando, es debido a que los empresarios una vez que notan que sus organizaciones están teniendo una expansión en la demanda o en la producción o distribución de los productos optan por contar con un mayor número de colaboradores.

Las teorías que se utilizaron en el marco teórico y sustentan la investigación tienen una relación entre si y tienen alta aplicación en el proyecto, puesto que, la **apertura económica** en base en el **ventaja comparativa** ha sido el detonante del aumento en número de las Mipymes de las condiciones económicas y sociales del país, por su parte el **ciclo de vida** muestra las etapas por las que debe atravesar una empresa, teniendo como finalidad en todas de ellas llegar al crecimiento, sin embargo, todas no lo obtienen por lo tanto tienden a desaparecer. Para evitar el declive de las empresas y en cambio lograr su crecimiento de ellas se debe sustentar las organizaciones en **ventajas competitivas** que le permitan diferenciarse de sus competidores al ofrecerles a sus clientes un mayor valor y esto se debe hacer mediante constantes procesos de **innovación** que le agregue competitiva a la compañía, dicha competitividad puede ser analizada a través de una serie de **determinantes** que explican como se da el crecimiento empresarial.

⁷⁰ Ibíd. p. 171

⁷¹ Ibíd. p. 182

9. MARCO JURIDICO

9.1 LEY MIPYMES (ley 905 de 2004)

El gobierno nacional Colombiano, en el fan de promover la creación y fortalecimiento de Micros, pequeñas y medianas empresas en el país, instauro la **“ley 590 de 2000”** o también llamada ley Mipymes, ordenanza que establece una serie mecanismos solidos con el fin de apoyar y facilitar el acceso de dichas unidades de negocios a la tecnología, la penetración de mercados internos y externos, la ampliación de la mano de obra calificada, financiación y las fuentes de información y capacitación, esta ley fue modificada por la **905 de 2004**⁷².

⁷² SANTA MARIA, Patricia Cárdenas. las Pymes: vitales para la recuperación del crecimiento económico. En: Proyecto grupo de internet Universidad Sergio Arboleda [en línea], Abril 2002.

Según el artículo 2º de la ley 905 de 2004, las Mipymes:

Para todos sus efectos, se entiende por micro incluidas las famiempresas, pequeñas y medianas empresas, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana, que responda a 2 parámetros⁷³.

Para clasificar una Mipymes se debe tener en cuenta dos aspectos, la cantidad de planta de personal y los activos que posee una empresa, es por esto que para que sea catalogada como microempresa se debe contar con máximo 10 trabajadores y unos activos totales excluida la vivienda por valor a 500 SMLV*, para ser clasificada como pequeña debe ostentar un numero mayor a 10 trabajadores e inferior a 51 y poseer activos totales por valor entre 501 y 5.000 SMLV y por ultimo para especificar que es una mediana empresa se debe tener entre 5.001 y 30.000 SMLV⁷⁴.

Para lograr el cumplimiento del propósito principal de la Ley Mipymes, que es la promoción y formación de mercados altamente competitivos, cabe destacar una serie de entidades denominadas el Sistema Nacional de Apoyo, que según artículo 3 de la Ley 905 de 2004, esta integrado por el Ministerio de Comercio, industria y turismo, Ministerio de protección social, Ministerio de agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro⁷⁵.

Estas entidades coordinadas por el Ministerio de comercio; industria y turismo, se de encargar de propiciar la investigación de mercados y planes de exportación sectoriales y regionales, la promoción y creación de sistemas de financiación y

[Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.usergioarboleda.edu.co/pymes/noticia8.htm>.

⁷³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 905. (02, Agosto, 2004). Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana y se dictan otras disposiciones. Ley 905 de 2004. Diario oficial. Bogotá D.C., 2004. No. 45628. [En línea]. [Fecha de consulta: 18 de Febrero de 2014]. Disponible en: <http://web.presidencia.gov.co/leyes/2004/agosto/Ley%20No.%20905.pdf>.

* Salario Mínimo Legal Vigente.

⁷⁴ Ibíd. p. 1.

⁷⁵ Ibíd. p. 2.

acceso a capitales, gestión de tecnologías y conocimientos, acompañamientos y asesorías a las Mipymes⁷⁶.

9.2 LEY DE EMPRENDIMIENTO (Ley 1014 de 2006)

La ley de emprendimiento 1014 de 2006, surge con el fin de promover el espíritu emprendedor de las personas, a través de la cátedra impartida en todos los estamentos educativos del país. Con esta ley se busca lograr una cohesión entre el sistema educativo y el sistema productivo nacional, mediante la creación y formación de programas que permitan a las personas la adquisición de una serie de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales que fomenten el surgimiento de nuevas ideas productivas en beneficio del desarrollo económico del país⁷⁷.

Con el fortalecimiento de dichas destrezas o competencias de las personas, buscan generar un mejor desempeño en el manejo o gerenciamiento de las empresas, forjando de esta forma organizaciones que puedan lograr un sostenimiento en el mercado y además de esto, que obtengan un crecimiento en cada una de las operaciones empresariales. Con el fin de sustentar lo anterior cabe referirse al artículo 2 de la ley de emprendimiento, la cual menciona que se debe:

Propender por el desarrollo productivo de las pequeñas y micro empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo⁷⁸.

⁷⁶ Ibíd. p. 3.

⁷⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014. (26, Enero, 2006). Fomento a la cultura de emprendimiento. Ley 1014 de 2006. Diario oficial. Bogotá D.C., 2006. No. 46164. [En línea]. [Fecha de consulta: 26 de Febrrro de 2014]. Disponible en: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331.

⁷⁸ Ibíd. p. 2.

La entidad encargada de la coordinación y control de cada uno de los programas para el fortalecimiento del emprendimiento, es la Red nacional del emprendimiento adscrita al Ministerio de Comercio, industria y turismo, organismo que debe “Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos”⁷⁹.

9.3 LEY DE FORMALIZACION (Ley 1429 de 2010)

La 1429 de 2010 se creo con el fin de incentivar la entrada a la legalidad de la empresa, mediante una serie de esfuerzos encaminados a la formalización y generación de empleos legales⁸⁰.

Para efectos de esta ley se conocen dos tipos de informalidad: **por subsistencia y con capacidad de acumulación**, la primera de las mencionadas se da cuando una persona realiza la actividad laboral por fuera de los parámetros legales establecidos por la ley, con el fin de garantizar su subsistencia y la de su núcleo familiar. Y el segundo tipo de informalidad es un manifiesto de tipo informal que no representa en todos los casos una necesidad o baja productividad presentada por la empresa⁸¹.

La presente ley tendrá la coordinación del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Esta entidad estará en carga de la creación y promoción de múltiples programas de asistencia técnica, financiera, formación, capacitación, entre otros programas, que conduzcan a la formalización y la generación de empleo en el país.

Estos programas estarán sustentados en ciertos incentivos brindados por dicha entidad, tales incentivos son: Progresividad en el pago de impuestos, progresividad en el pago de parafiscales y otras contribuciones de nomina,

⁷⁹ Ibíd. p. 4.

⁸⁰ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1429. (29, Diciembre, 2010). Ley de Formalización y Generación de empleo. Ley 1429 de 2010. Diario oficial. Bogotá D.C., 2010. No. 47937. [En línea]. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

⁸¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1429. (29, Diciembre, 2010). Ley de Formalización y Generación de empleo. Ley 1429 de 2010. Diario oficial. Bogotá D.C., 2010. No. 47937. [En línea]. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

progresividad en el pago de impuesto de industria y comercio, progresividad en la matrícula mercantil y su renovación, entre otros⁸².

Como se menciona en párrafos anteriores, esta ley fue creada con el fin de incentivar el trabajo legal, dado el alto porcentaje de informalidad que se presenta en el país, ya que, para 2013 el 68% de la población económicamente activa esta bajo el marco de la informalidad⁸³.

10. DISEÑO METOLOGICO

10.1 METODOLOGIA

La finalidad de la investigación es conocer la dinámica en crecimiento empresarial que ha presentado las Mipymes en Pradera, esta es la razón que lleva a realizar una **triangulación metodológica**.

⁸² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1429. (29, Diciembre, 2010). Ley de Formalización y Generación de empleo. Ley 1429 de 2010. Diario oficial. Bogotá D.C., 2010. No. 47937. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

⁸³ EFE. El 68% de la población laboral activa en Colombia es informal. En: El espectador. [en línea]. (30, Abril, 2013). [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.elspectador.com/noticias/economia/el-68-de-poblacion-laboral-activa-colombia-informal-articulo-419329>

Se elige la triangulación metodológica, puesto que, el método cuantitativo nos permitirá conocer con un carácter matemático (porcentual) de el crecimiento empresarial que han tenido y esperan obtener las organizaciones, y por el otro lado el método cualitativo dará claridad ha aquellas causas de estas dinámicas económicas presentadas, que será recolectadas de las fuentes primarias que son los empresarios de las diferentes organizaciones del Municipio.

10.2 TIPO DE ESTUDIO

En el presente proyecto se realizar un estudio **EXPLORATORIO – DESCRIPTIVO**. Es un estudio exploratorio, ya que no se cuentan con estudios previos acerca del comportamiento de las Mipymes en Pradera Valle y descriptivo debido a que se hará un análisis del comportamiento de las empresas y la proyección que tienen estas hacia el futuro.

10.3 POBLACION Y MUESTRA

Se opta por aplicar un muestreo probabilístico, debido que cada muestra tendrá la misma probabilidad de ser elegida para realizar la recolección de la información.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- **n** = Tamaño de la muestra.
- **N** = Tamaño de la población.
- **Z** = Nivel de confianza.
- **p** = Probabilidad de ocurrencia.
- **q** = Probabilidad de no ocurrencia.
- **d** = Margen de error.

$$n = \frac{416 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (416-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 62$$

Donde:

- **n** = ¿?
- **N** = Mipymes formalizadas del área urbana del municipio de Pradera, Valle (416)
- **Z** = Nivel de confianza del 95 % ≈ 1.96
- **p** = Proporción esperada es del 5 % ≈ 0.05
- **q** = Probabilidad de no ocurrencia $\approx (1 - p) \approx (1 - 0.05) = 0.95$
- **d** = Margen de error $\approx 5\%$

10.3.1 Corrección de muestra No. 1

$$\frac{1}{n'} = \frac{1}{n} + \frac{1}{N}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.
n = Tamaño de la muestra.

n' = Tamaño alternativo.

$$1) \quad \frac{1}{n'} = \frac{1}{62} + \frac{1}{416}$$

$$2) \quad \frac{1}{n'} = \frac{416 + 62}{25792}$$

$$3) \quad \frac{1}{n'} = \frac{478}{25792}$$

$$4) \quad n' = \frac{25792}{478}$$

$$n' = 53$$

10.3.2 Corrección de muestra No. 2

$$1) \quad \frac{1}{n'} = \frac{1}{53} + \frac{1}{416}$$

$$2) \quad \frac{1}{n'} = \frac{416 + 53}{22048}$$

$$3) \quad \frac{1}{n'} = \frac{469}{22048}$$

$$4) \quad n' = \frac{22048}{469}$$

$$n' = 47$$

11. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES EN EL AREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE

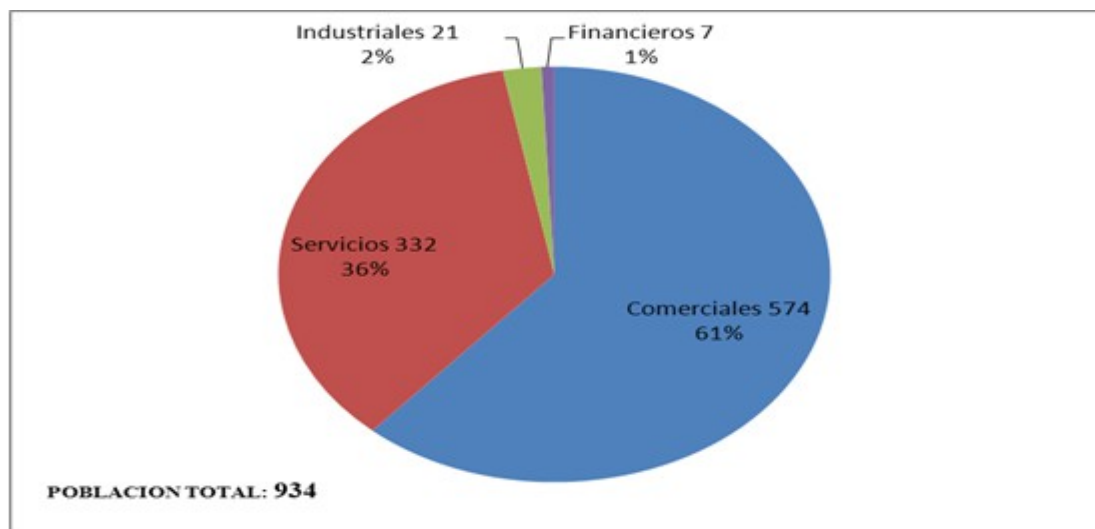
Realizar la caracterización de la población empresarial del municipio de Pradera Valle, es de vital importancia, debido a que, nos va a permitir realizar una descripción cualitativa y cuantitativa de las empresas asentadas en el sector urbano de Pradera y nos suministrara la información necesaria para realizar los análisis y entregar los resultados requeridos en la investigación.

En esta ocasión se hará uso de tres fuentes de información como lo son la brindada por la **SECRETARIA DE HACIENDA DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE**, los **INDICADORES DE COMPOSICION EMPRESARIAL DEL 2013** y una **BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013 - 2014**.

11.1 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN LA SECRETARIA DE HACIENDA PRADERA VALLE

Según los datos de la **secretaria de hacienda de Pradera Valle**, el municipio posee un total de **934** empresas en el área urbana y la clasificación de los establecimientos se efectúa según su actividad económica (Comerciales, servicios, industriales, financieros).

Grafica 1. Clasificación según la actividad

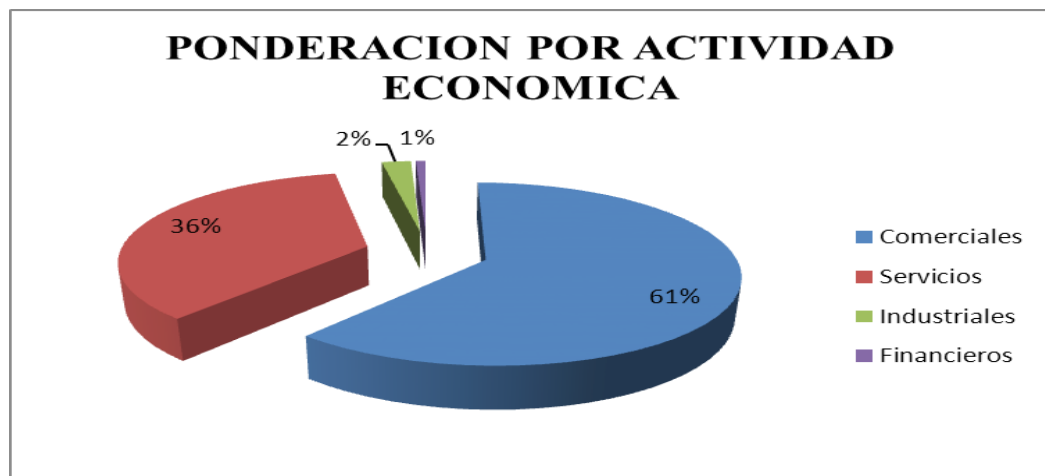


Fuente: Diseño del autor con base en informacion de la Secretaria de Hacienda

11.1.1 CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

En el municipio de Pradera existen 574 establecimientos comerciales, las cuales representan el 61,46 % del total de las empresas.

Grafica 2. Clasificación establecimientos comerciales

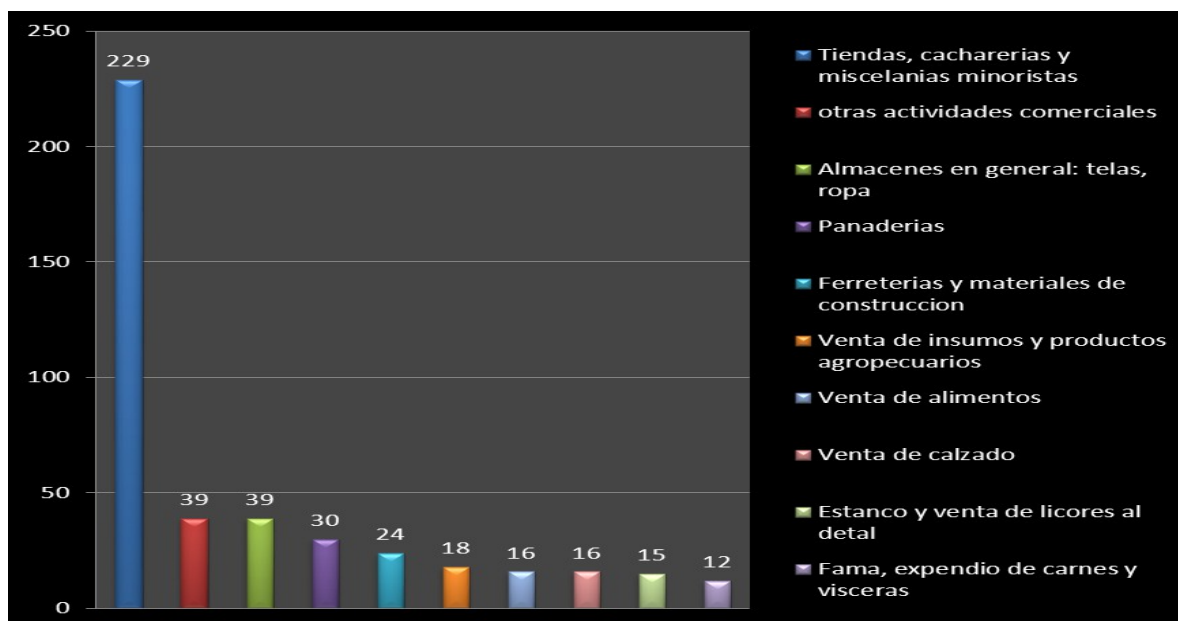


Fuente: Diseño del autor con base en informacion de la Secretaria de Hacienda

Como se puede observar en el grafico, la actividad **COMERCIAL** tiene una preponderancia alta en la clasificacion de los establecimientos, puesto que posee una ponderacion de **61 %**, seguido por la segunda actividad que mas se realiza en el Municipio que es la **PRESTACION DE SERVICIOS** con una representacion de **36 %** y por ultimo con una ponderacion menor se puede encontrar a las actividades del sector **FINANCIERO** e **INDUSTRIAL** que respectivamente cuentan con una representacion de el **1 %** y **2 %**.

La informacion anterior permite deducir que el sector **COMERCIAL** es el motor economico que mueve el sector empresarial en el Municipio de Pradera Valle.

Grafica 3. Clasificación según la actividad comercial



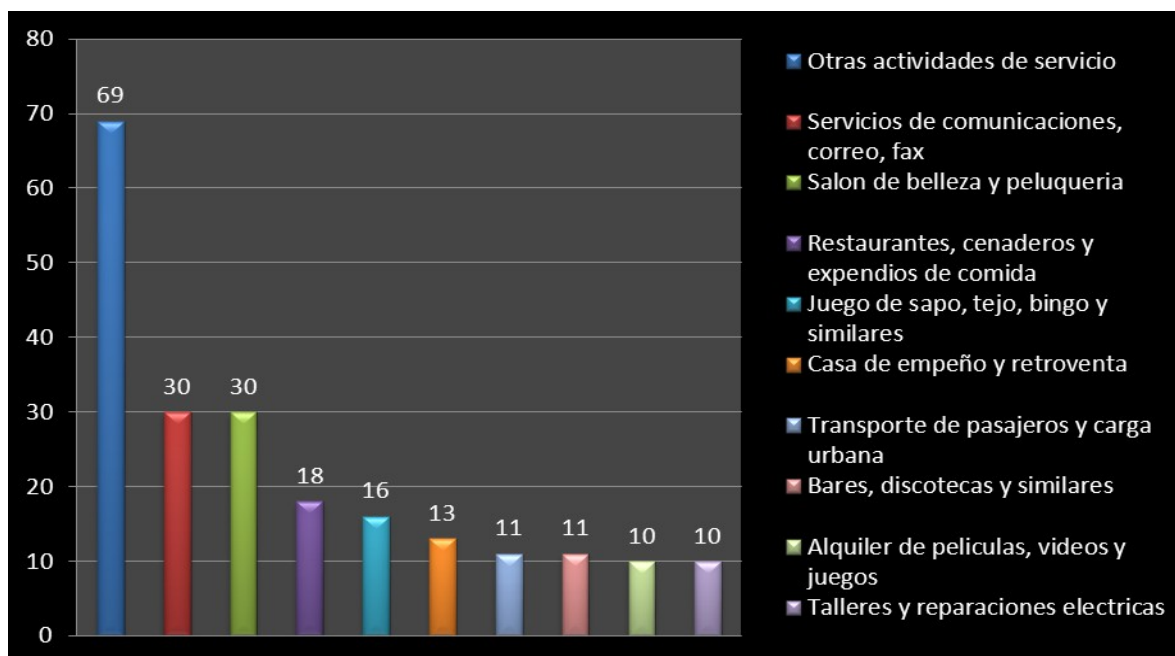
Fuente: Diseño del autor con base en informacion de la Secretaria de Hacienda

En el anterior grafico se esboza las actividades comerciales que poseen mayor representación en el mercado de Pradera, evidenciando que la actividad con más significancia es la de **TIENDAS, CACHARERIAS Y MISCELÁNEAS MINORISTAS** las cuales poseen **229** establecimientos con una participación de **39,90 %**, seguida de otras **ACTIVIDADES COMERCIALES y ALMACENES EN GENERAL** que cuentan con **39** empresas y una representación del **6,79 %**. Cabe resaltar el numero significativo de **PANADERÍAS** asentadas en el municipio de pradera **30** que poseen una participación del **5,23 %** y de otras actividades comerciales como las **FERRETERIAS Y MATERIALES DE CONSTRUCCION, VENTA DE PRODUCTOS E INSUMOS AGROPECUARIOS, VENTA DE ALIMENTOS, VENTA DE CALZADO, ESTANCO Y VENTA DE LICORES Y FAMAS Y EXPENDIO DE CARNES Y VISCERAS** que al ser agrupadas suman el **17,60 %** de establecimientos comerciales en el área urbana del municipio de Pradera Valle.

11.1.2 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS

Esta categoría es la segunda fuerza económica del municipio, la cual posee 332 establecimientos, representando el **35,55 %** del total de los establecimientos.

Grafica 4. Clasificación según la prestación de servicios



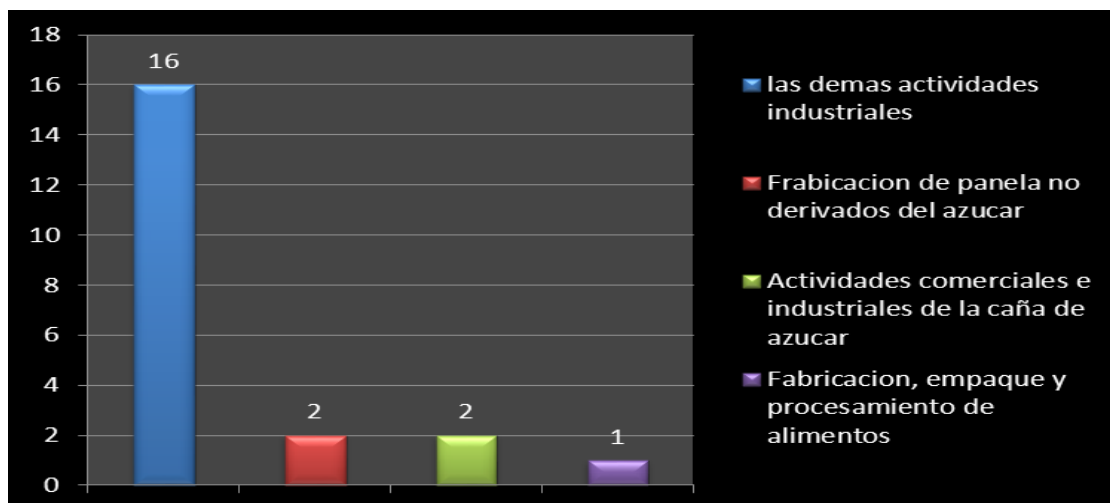
Fuente: Diseño del autor con base en información de la Secretaría de Hacienda

Como muestra el grafico, las **OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIO** cuenta con **69** establecimientos de los **332** que se encuentran en Pradera, representando de esta forma el **20,78 %** del total de empresas, seguido por los **SERVICIOS DE COMUNICACIONES, CORREO, FAX** y por los **SALONES DE BELLEZA Y PELUQUERIA** que poseen **30** establecimientos con un ponderado del **9,04 %**.

Actividades como los **RESTAURANTES, CENADEROS Y EXPENDIOS DE COMIDA**, juego de sapo, tejo, bingo y similares, casas de empeño y retroventa, transporte de pasajeros y carga urbana, bares y discotecas, alquiler de películas, videos y juegos y talleres y reparaciones electricas representan el **26,80 %** del total de los establecimientos de servicio del municio de Pradera Valle.

11.1.3 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES

Grafica 5. Clasificación según la actividad industrial

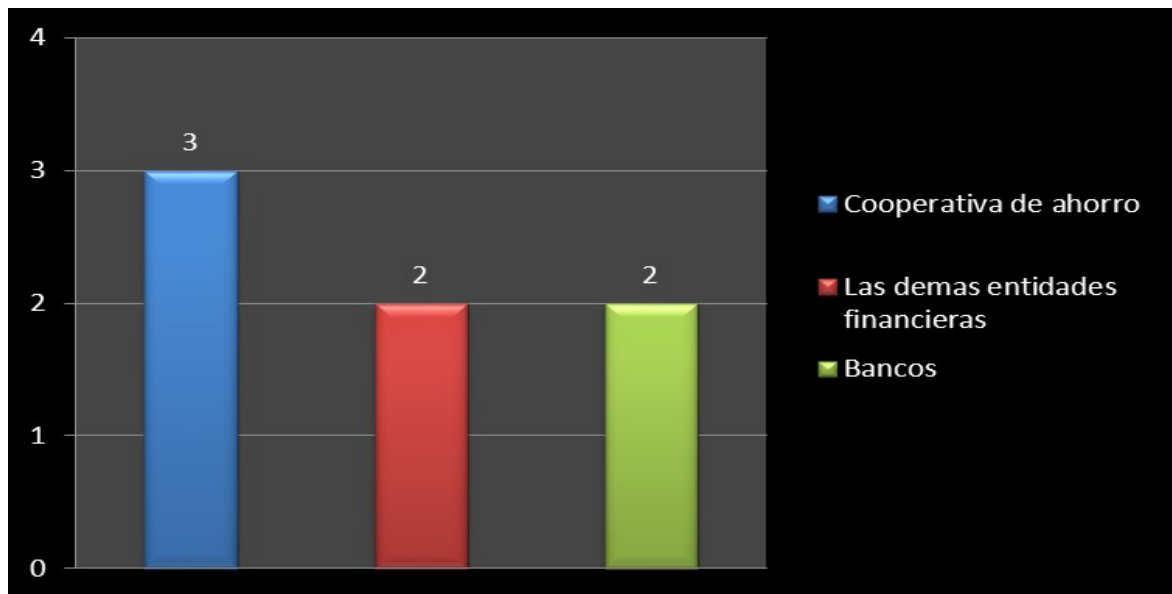


Fuente: Diseño del autor con base en informacion de la Secretaria de Hacienda

La actividad económica industrial en Pradera representa el **2,25 %**, es la tercera fuerza empresarial en el municipio, contando con **21** establecimientos, de los cuales el mayor porcentaje se centra en **LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CAÑA DE AZÚCAR Y SUS DERIVADOS**.

11.1.4 CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS

Grafica 6. Clasificación según la actividad financiera



Fuente: Diseño del autor con base en informacion de la Secretaria de Hacienda

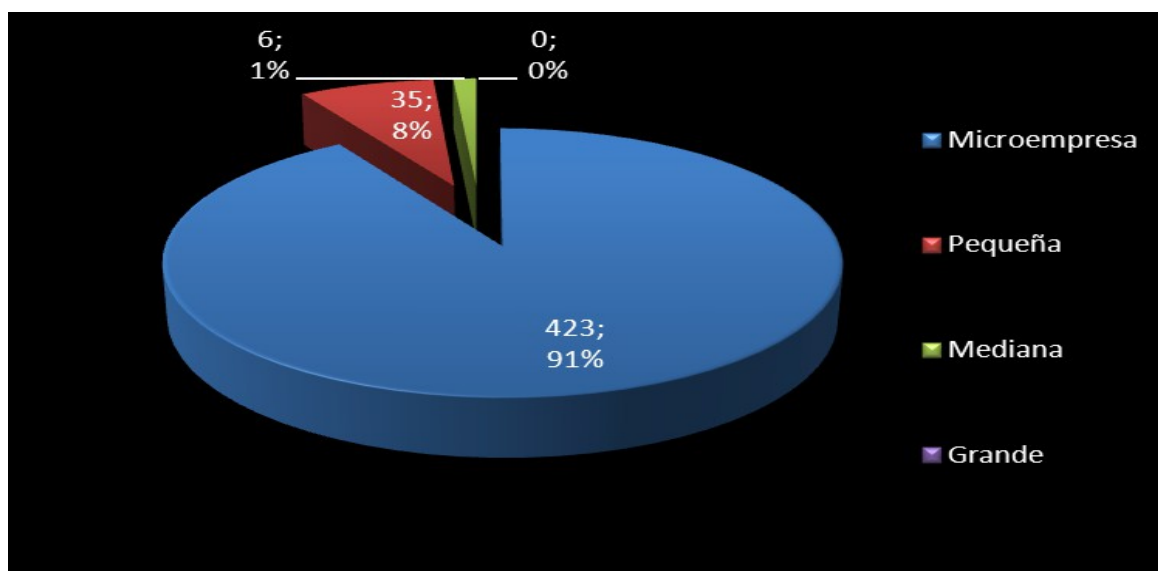
La actividad economica financiera en Pradera no cuenta con una representacion alta en el municipio, esta actividad cuenta con **7** establecimientos con una participacion del **0,75 %**, en la clasificacion las cooperativas de ahorro poseen 3 establecimientos y los bancos 2 entidades financieras.

11.2 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN EL ESTUDIO DE COMPOSICION EMPRESARIAL DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA VALLE 2013

Según información recolectada por la cámara de comercio de Palmira, el municipio de Pradera en el año 2013 poseía **464** empresas y realizan la clasificación por actividad económica, según su tamaño y su ente jurídico.

11.2.1 CLASIFICACION SEGÚN EL TAMAÑO

Grafica 7. Clasificación según el tamaño

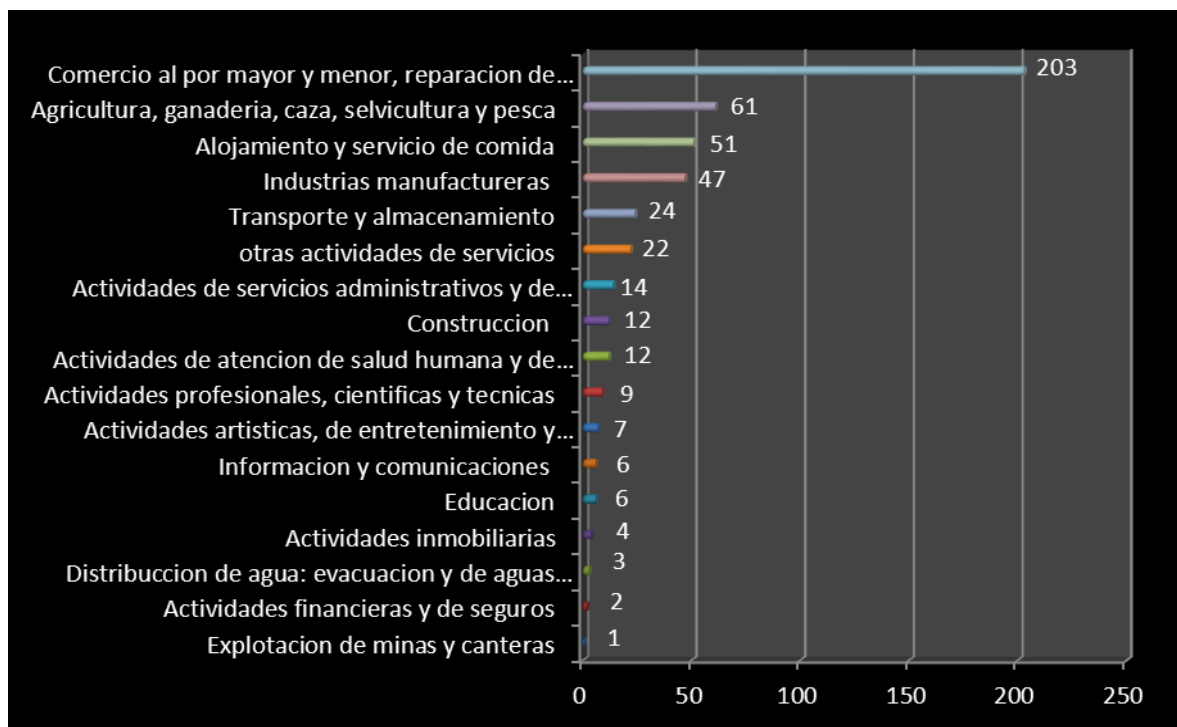


Fuente: Diseño del autor con base en el estudio de composicion empresarial

Como se puede observar en la grafica, Pradera posee en su gran mayoria empresas denominadas Micro, debido a que, de las **464** establecimientos que hacen parte de la composicion empresarial Praderaña **423** son microempresas, constituyendo de esta forma el **91 %** del total, dejando una representacion de tan solo el **9 %** para las pequeña y medianas empresas del municipio.

11.2.2 CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

Grafica 8. Clasificación según la actividad económica



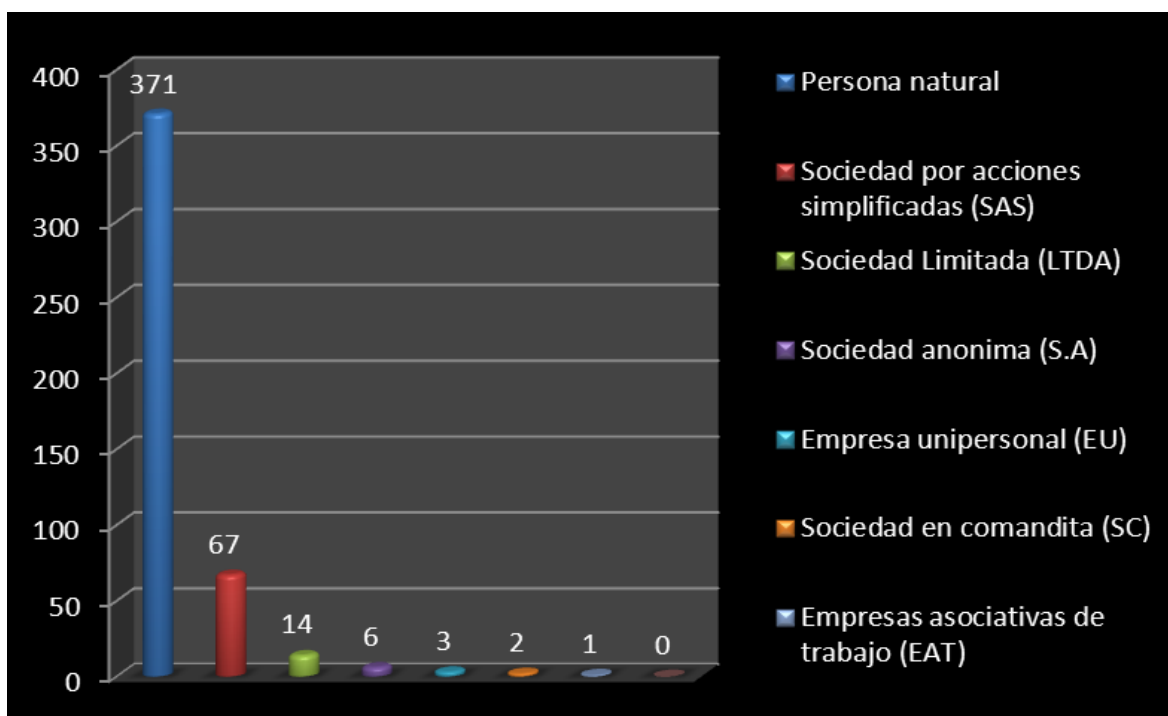
Fuente: Diseño del autor con base en el estudio de composicion empresarial

En el anterior grafico se puede observar que la actividad con mayor establecimientos es el **COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR (REPARACION DE VEHICULOS Y MOTOCICLETAS)** que posee **203** empresas, representando el **43,75 %**, seguida por la **AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA, SELVICULTURA Y PESCA** que tiene **61** empresas, con una participacion del **13,15 %**, en un tercer escalon se encuentra el **SERVICIO DE ALOJAMIENTO Y SERVICIO DE COMIDA** con 51 establecimientos, representando el **11 %** y la cuarta actividad economica desempeñada en el municipio de Pradera es la industria manufaturera, que posee **47** empresas, que constituye **10,13 %** del total de la composicion empresarial de Pradera Valle.

Otras de las actividades empresarial que conforman el mercado Pradereño, son el **TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO, CONSTRUCCION, ACTIVIDADES DE ATENCION DE SALUD HUMANA, INFORMACION Y COMUNICACIONES, EDUCACION, ENTRE OTRAS ACTIVIDADES.**

11.2.3 CLASIFICACION SEGÚN EL ENTE JURIDICO

Grafica 9. Clasificación según el ente jurídico



Fuente: Diseño del autor con base en el estudio de composición empresarial

Siguiendo la línea de la clasificación según su tamaño, en la cual las microempresas predominan, el anterior gráfico evidencia que el sector empresarial de Pradera es dirigido en su gran mayoría por **PERSONAS NATURALES** con una participación del **80 %**, seguida en la clasificación por las **SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS** con una representación del **14,44 %** lo cual equivale a **67** empresas, en tercer lugar se encuentra la **SOCIEDAD LIMITADA** con **14** establecimientos que corresponde a un **3 %** y en una representación menor al 3 % se encuentran la **SOCIEDAD ANONIMA**, la **EMPRESA UNIPERSONAL**, la **SOCIEDAD EN COMANDITA** y las **EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO**.

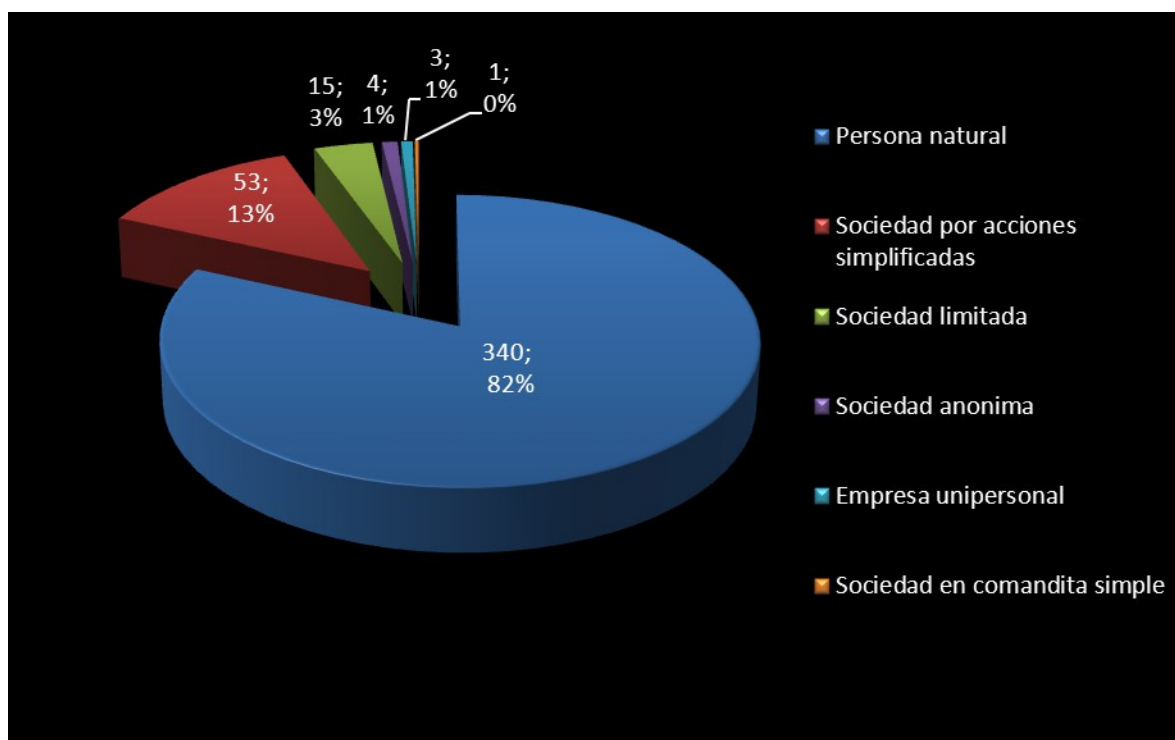
11.3 CARACTERIZACION DE MIPYMES SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013 – 2014

Según información brindada por la cámara de comercio de Palmira **2013 – 2014**, a través de una base de datos, el municipio de pradera cuenta con **1183** empresas, sin embargo en esta investigación se hará uso de los establecimientos que han realizado la renovación de matrícula mercantil en el año 2014 y hacen parte del área urbana del municipio, tomando como base las dirección establecidas en la base de datos, las cuales son **416** empresas que se pueden clasificar según la **ACTIVIDAD ECONOMICA, ENTE JURIDICO, ACTIVOS Y TAMAÑO**. Además se agregara una clasificación por empresas **CANCELADAS** en los últimos años.

11.3.1 CLASIFICACION SEGÚN EL ENTE JURIDICO

Un ente jurídico es una organización o un grupo de persona físicas a las que se les da el reconocimiento de personalidad independiente y diferenciada de cada uno de los miembros.

Grafica 10. Clasificación según el ente jurídico

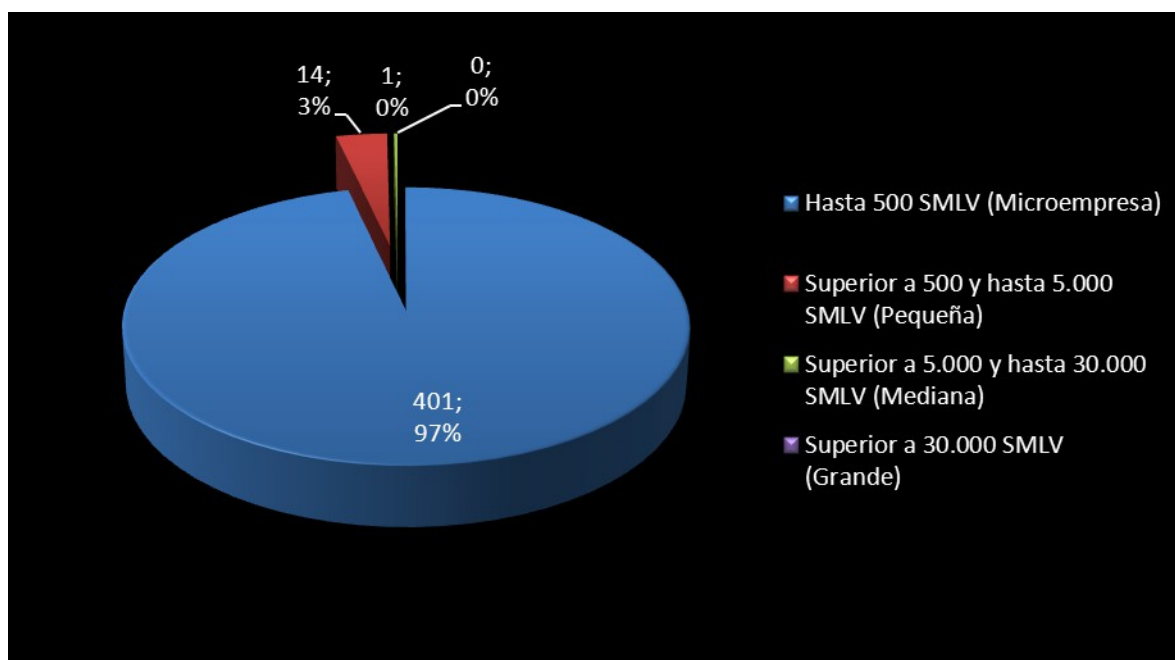


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara

Como se puede observar en el grafico, la **PERSONA NATURAL** posee la mayor preponderancia en el ambito emprearial de Pradera, dicho ente juridico cuenta con **340** establecimientos que representan el **82 %**, seguido por la **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (SAS)** que posee **53** empresas con una participacion del **13 %**, en el tercer escalon de la clasificacion esta la **SOCIEDAD LIMITADA (LTDA)** que tiene **15** establecimientos, representando el **3 %** y por ultimo las sociedades **ANONIMAS, EN COMANDITA SIMPLE** y las **EMPRESAS UNIPERSONALES** poseen una participación del **2 %**.

11.3.2 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS

Grafica 11. Clasificación según activos

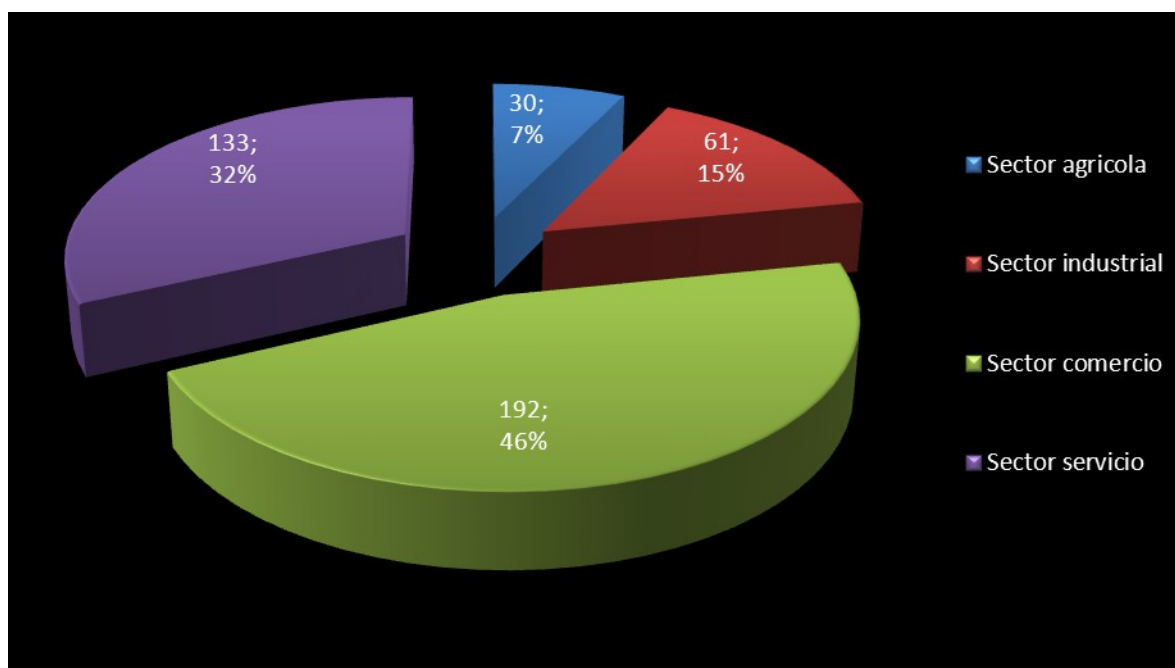


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara

En el anterior grafico se puede evidenciar que el **97 %** de los establecimientos empresariales poseen **ACTIVOS** hasta **500 SMLV**, es decir, que **401** empresas se clasifican como **MICRO**, seguido por **14** establecimientos que cuentan entre **500** y **5.000 SMLV** de activos lo cual representan el **3 %** del total clasificándose como **PEQUEÑAS** empresas y por ultimo se encuentran **1** establecimientos que poseen activos superiores a **5.000** y hasta **30.000 SMLV** representando el **1 %** del total tomando la clasificación de **MEDIANA** empresa en el municipio de Pradera Valle, cabe resaltar que el Municipio de Pradera no cuenta con grandes empresas en el área urbana.

11.3.3 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVIDAD ECONOMICA

Grafica 12. Clasificación según la actividad económica



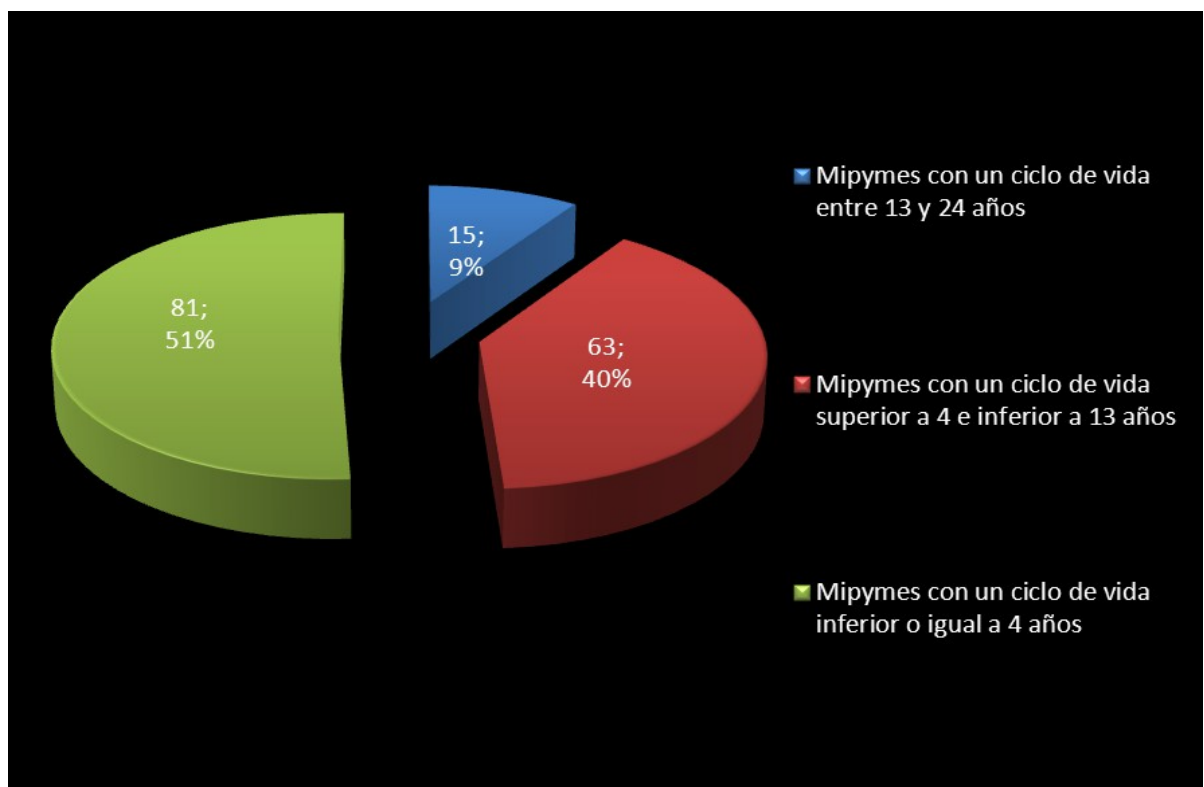
Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara

Como se puede evidenciar en el grafico, el sector o actividad con mayor representacion en el entorno empresarial de Pradera, es el sector **COMERCIO** que posee **192** empresas con una participacion del **46 %**, seguido por el sector **SERVICIO** constituye el **32 %** contando con **133** establecimientos, la tercer fuerza empresarial de Pradera, es la actividad **INDUSTRIAL** desempeñada por los habitantes del municipio, que representa el **15 %** con **61** empresas y el cuarto sector en representacion es el **AGRICOLA** que posee **30** establecimientos con una participacion de **7 %**.

11.4 CARACTERIZACION DE MIPYMES QUE HAN REALIZADO LA CANCELACION DE LA MATRICULA MERCANTIL SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013 – 2014

Según informacion brindada por la Camara de Comercio Palmira, esta entidad cuenta dentro de sus bases datos, con **159** empresas de Pradera que han realizado la cancelacion de la matricula mercantil en los ultimos años.

Grafica 13. Clasificación según el ciclo de vida

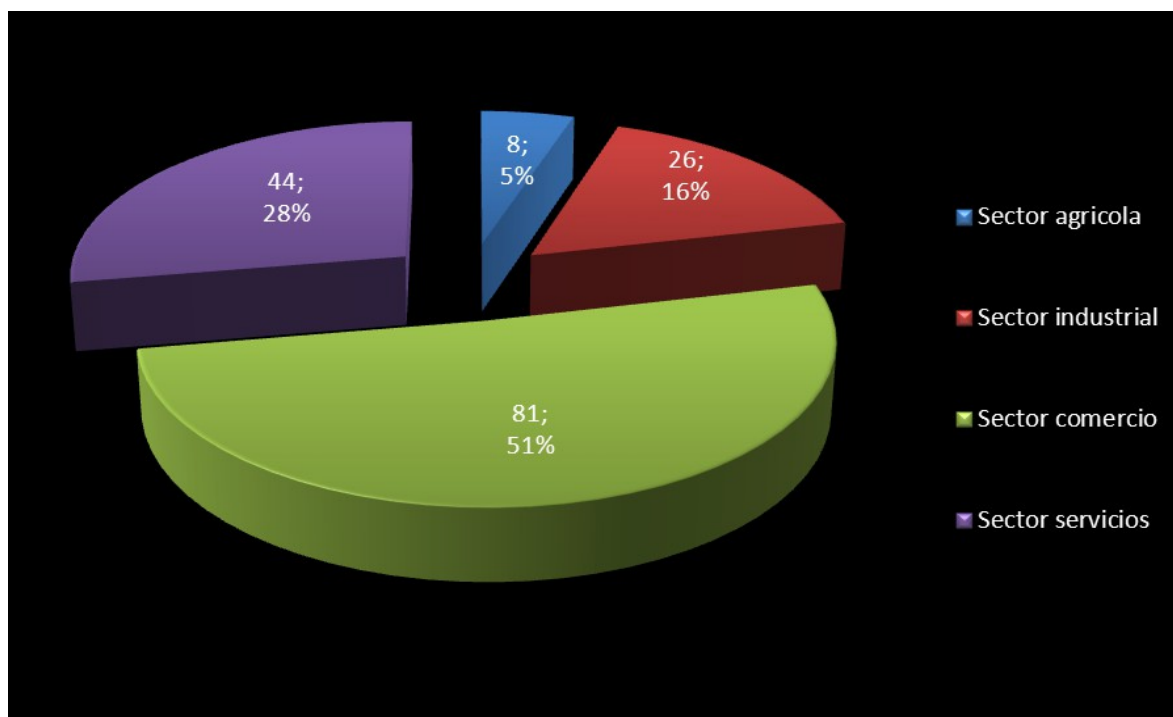


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara

En el anterior grafico se puede evidenciar que el **81 %** de los establecimientos en el Municipio de Pradera Valle cumplen con el ciclo de vida completo, es decir, que tienen su nacimiento y en un horizonte de tiempo determinado tienden a desaparecer aproximadamente en **4 años**, el **40 %** de las empresas cumplen el ciclo de vida aproximadamente a los **13 años** de iniciar sus operaciones y por ultimo el **9 %** es representando por **15** establecimientos que cuentan con un ciclo de vida superior a **13 años** e inferior a **24 años**.

11.4.1 CLASIFICACION POR ACTIVIDAD ECONOMICA

Grafica 14. Clasificación según la actividad económica

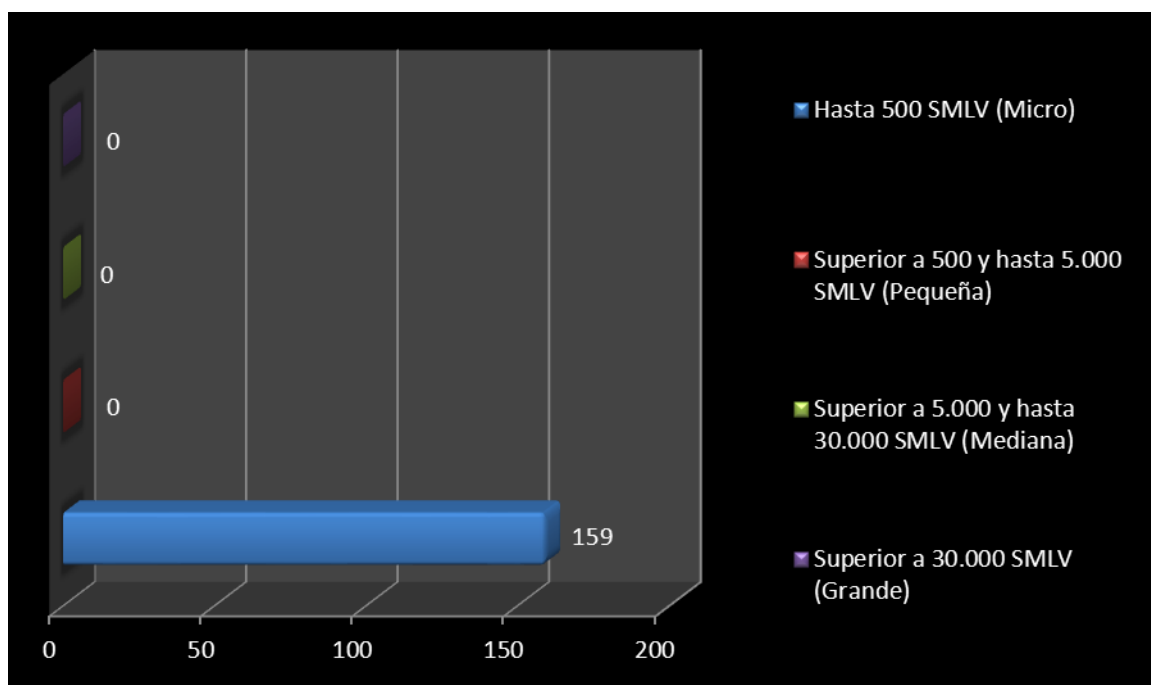


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara

Como se puede evidenciar en el grafico, el sector con mayor numero de empresas que han efectuado la cancelación de su matricula mercantil es el sector de **comercio** con un 51 %, representado por **81** establecimientos de las **159** que han realizado la cancelación, seguido del sector de **servicios** que cuenta con **44** establecimientos, que representan el **28 %**, el **sector industrial** por su lado cuenta con **26** empresas, las cuales representan el **16 %** y el sector que presenta el menor numero de cancelaciones en la matricula mercantil, es el **sector agrícola** con un **5 %**, que equivale a **8** establecimientos empresariales en el municipio de Pradera Valle.

11.4.2 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS

Grafica 15. Clasificación según activos



Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara de Comercio de Palmira

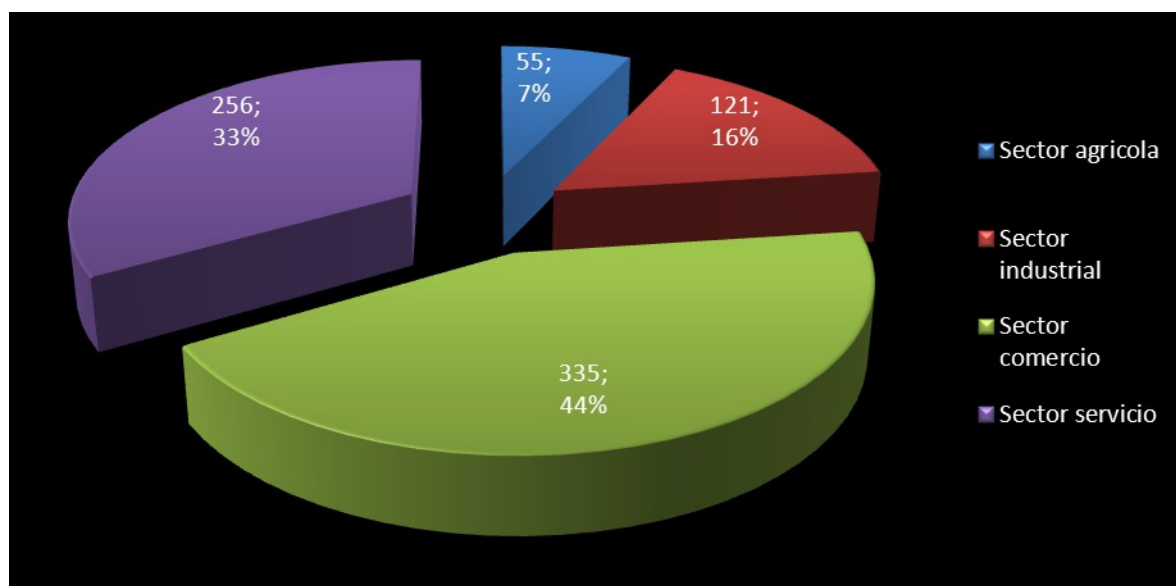
La clasificación de la cancelación de la matrícula mercantil de las empresas en el municipio de Pradera según sus activos posee un comportamiento singular, debido a que, las microempresas poseen la totalidad de establecimientos que han realizado la cancelación de la matrícula mercantil, es decir, **159** empresas realizaron el trámite legal de cancelación en la Cámara de Comercio.

11.5 CARACTERIZACION DE MIPYMES QUE NO HAN REALIZADO LA RENOVACION DE LA MATRICULA MERCANTIL ENTRE EL AÑO 2010-2014 SEGÚN LA BASE DE DATOS DE LA CAMARA DE COMERCIO PALMIRA 2013-2014

La siguiente clasificación es realizada en base a la información encontrada en la base de datos de la cámara de comercio de Palmira, se efectuó un filtro a los datos encontrados, de lo cual se obtuvo **767** empresas que poseen una fecha de renovación de la matricula mercantil inferior al año 2014.

11.5.1 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVIDAD ECONOMICA

Grafica 16. Clasificación según la actividad económica

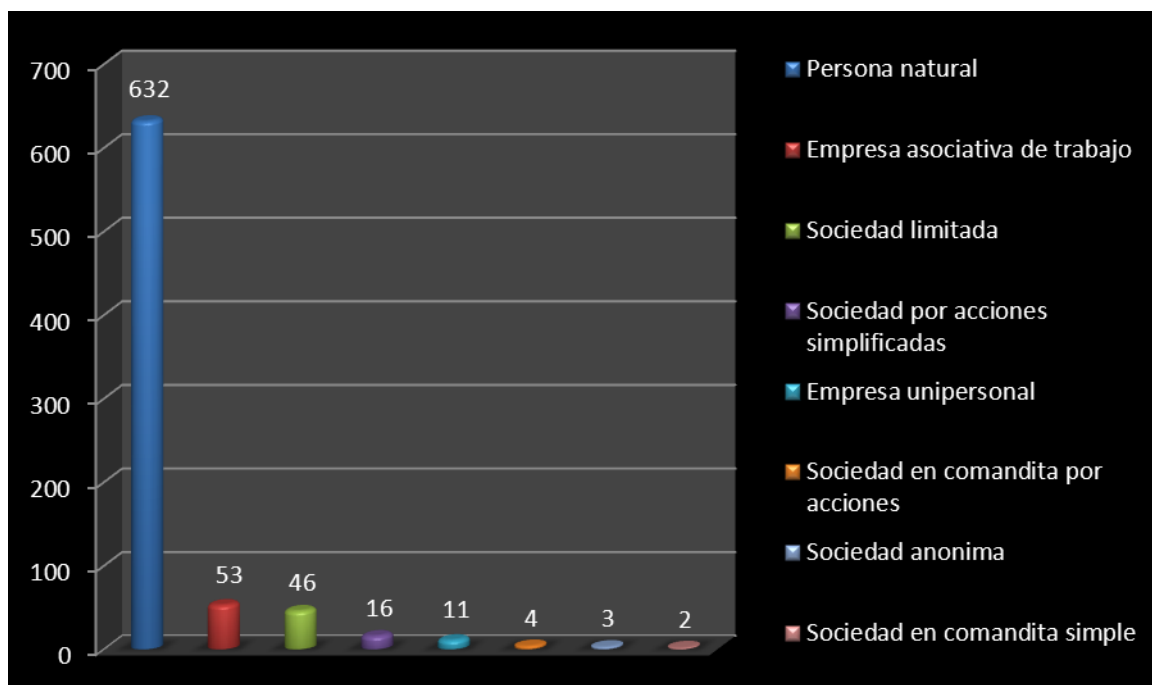


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara de Comercio de Palmira

En el anterior grafico se puede observar que el **sector comercial** posee **335** empresas sin realizar la renovación con fecha inferior al 1 de enero de 2014, esto representa el **44 %** del total de establecimientos, seguido por el **sector servicios** que cuenta con **256** establecimientos con una ponderación del **33 %**, en el tercer región de la clasificación se encuentra el **sector industrial** con **121** empresas, con una representación del **16 %** y por ultimo el **sector agrícola** con **55 %**, equivalente a el **7 %**.

11.5.2 CLASIFICACION SEGÚN ENTE JURIDICO

Grafica 17. Clasificación según el ente jurídico

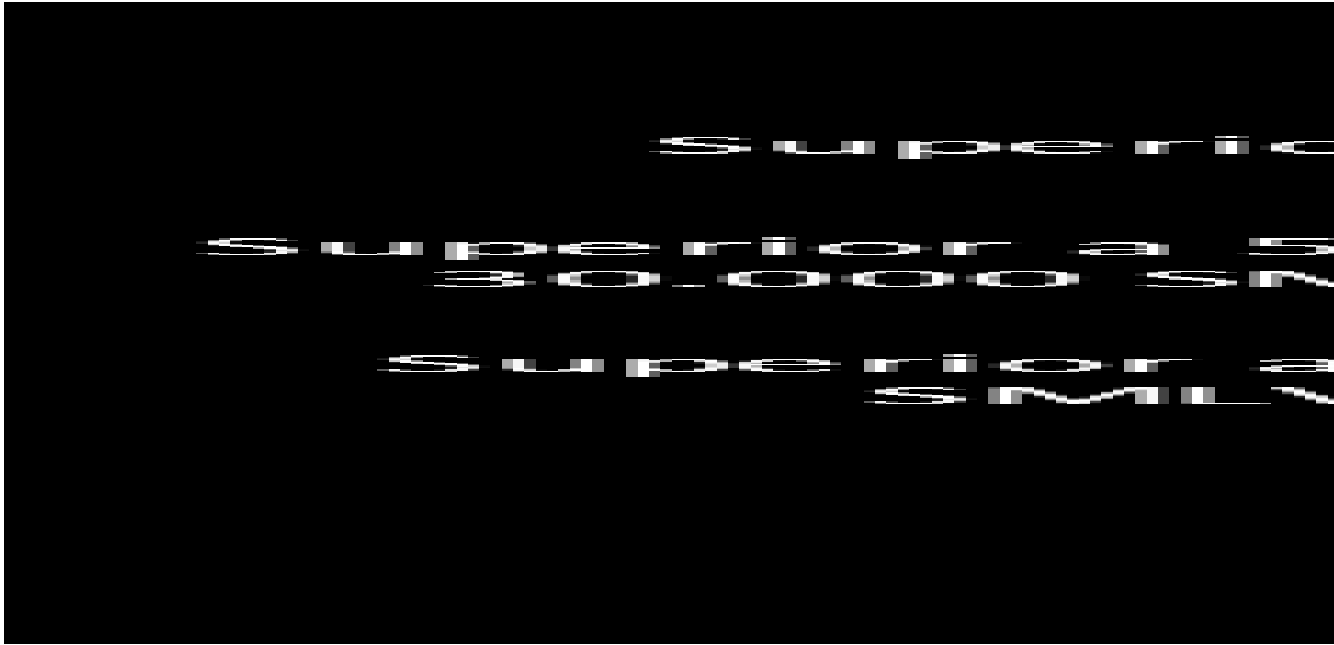


Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara de Comercio de Palmira

Como se puede evidenciar en el grafico las **PERSONAS NATURALES** representan el mayor porcentaje en la clasificación de no renovación de la matricula mercantil con fecha inferior al año 2014 con una ponderación del **82 %**, seguido por la figura de la **EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO** la cual cuenta con **53** establecimientos que representa cerca del **7 %** de las empresas sin renovación actualizada de la matricula mercantil, en el tercer reglón de la clasificación se encuentra la **SOCIEDAD LIMITADA** con **46** empresas y una ponderación del **6 %**, por ultimo se encuentran las **EMPRESAS UNIPERSONALES**, **SOCIEDADES EN COMANDITA POR ACCIONES**, las **SOCIEDADES ANONIMAS** y las **SOCIEDADES EN COMANDITA POR ACCIONES** que unidas representan el **5 %** del total de las empresas sin renovación.

11.5.3 CLASIFICACION SEGÚN ACTIVOS

Grafica 18. Clasificación según los activos



Fuente: Diseño del autor basado en la base de datos de la Camara de Comercio de Palmira

En el anterior grafico se puede evidenciar que las microempresas poseen **767** establecimientos, lo cual representan el 100 % de la clasificación de las empresas que no han realizado la renovación de la matricula mercantil con fecha inferior al 1 de enero de 2014.

12. ANALISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES

En el ámbito empresarial globalizado al cual se deben enfrentar las organizaciones hoy en día, es de vital importancia realizar análisis periódicos del desempeño de las diferentes áreas que la componen y de la empresa como un todo, dada la alta competencia a la que se deben someter las organizaciones a diario.

El control del desempeño de las empresas, en este caso la evaluación del crecimiento empresarial, debe contar con una serie de determinantes que permitan poseer la certeza que dicho análisis se realice tomando en cuenta los factores con mayor relevancia al momento de llevar a cabo una evaluación de estas características. Sin embargo, a pesar del conocimiento que se tiene de la importancia que posee la evaluación del crecimiento empresarial y sus determinantes, se cae constantemente en el error de confundir este concepto con el de crecimiento económico.

El crecimiento empresarial y el crecimiento económico tienen marcadas diferencias en sus conceptos, mientras el **crecimiento económico** centra su objetivo en la evaluación en el nivel de incremento del producto per cápita de un país,⁸⁴ por su lado el **crecimiento empresarial** busca evaluar el rendimiento en factores como las ventas, generación de empleo, entre otros aspectos relacionados con el funcionamiento de las organizaciones⁸⁵.

Una vez se han dado las diferencias entre estos dos importantes conceptos, se le puede dar un mayor énfasis al objetivo de la investigación que es el **crecimiento empresarial**; la pluralidad de nociones que se presentan a la hora de definir los factores a tener en cuenta al realizar una evaluación de crecimiento empresarial, no permite poseer una certeza de aquellos determinantes que se deben aplicar al momento de realizar análisis en la organización⁸⁶.

No obstante, los aportes a este tema son variados y cada uno de ellos contribuye de una u otra forma a la generación de un concepto o definición que puede ser

⁸⁴ GALINDO MARTIN, Miguel Ángel. Crecimiento económico. Revista Ice. [en línea], Febrero 2011, No. 858. [Fecha de consulta: 08 de Octubre de 2014]. Disponible en: http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_3956_8C514DA83EDE4E6BB9EA8213B6E44EB_E.pdf.

⁸⁵ BLÁZQUEZ SANTANA, Félix; DORTA VELÁZQUEZ, José Andrés y VERONA MARTEL, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración [en línea] 2006, 19 (enero-junio): [Fecha de consulta: 16 de Febrero de 2014] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>. ISSN 0120-3592.

⁸⁶ Ibíd. p. 167

aceptado de forma general en el ámbito empresarial, es por esto que a continuación se darán a conocer una serie de autores o teóricos que han escrito acerca del tema en cuestión.

Uno de los primeros en emitir un concepto en relación al estudio del crecimiento empresarial fue **GIBRAT** en el año de 1931. Este teórico es considerado uno de los pioneros en el tema, a pesar de no contar con una definición concreta Gibrat logro establecer una hipótesis altamente contrastada y galardona, como es la **ley del efecto proporcional** la cual pregonaba que el crecimiento en las empresas:

Es el resultado de diversas fuerzas o factores que actúan de forma proporcional en el tamaño de la empresa. De esta forma, una empresa pequeña tiene la misma probabilidad de crecer en el mismo porcentaje que una gran empresa⁸⁷.

La anterior definición puede ser entendida desde la perspectiva de las diversas dinámicas en las que deben interactuar las organizaciones, dado los diversos tamaños y actividades económicas con las que están desempeñan, es por esto que en al momento de realizar una evaluación del comportamiento que las empresas hayan tenido en determinado tiempo, este deberá ser realizado teniendo en cuenta los diferentes factores que pueden afectar a una u otra organización.

Además, esta definición distingue que el **tamaño** se debe ser tenido en cuenta de una forma relativa en el momento de realizar el análisis, puesto que, las posibilidades de crecimiento empresarial de una microempresa son las mismas con las que cuenta una gran empresa, debido a que, en la evaluación de este crecimiento se estudia u observa el cambio que ha sufrido la organización en diferentes factores de un periodo a otro periodo determinado (Meses, años, etc.), por ejemplo en el caso del aporte de Gibrat con la ley de proporcionalidad, las empresas deben analizar la variación en el tamaño de su organización entre dos periodos de tiempo⁸⁸.

⁸⁷ Ibid. p. 169

⁸⁸ MARTINEZ RODRIGUEZ, Santiago. Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España. En: Reunión del grupo de trabajo de crecimiento empresarial del observatorio de la Pyme (1; 22, Julio: España). Ministerio de Industria, turismo y comercio, 2010. p. 1-25. [Fecha de consulta: 08 de Octubre de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/CompetitividadInnovacionEmpresasCrecimiento.pdf>.

La teoría de los recursos⁸⁹ es otro de los importantes aportes a la determinación de los factores que afectan el crecimiento empresarial, esta contribución fue realizada por **PENROSE** en el año de 1959, quien considera que la evaluación del crecimiento en las organizaciones debe ser enfocada en la **gestión** y el uso por parte de los empresarios de cada uno de los recursos resultantes de las actividades cumplidas por la empresa, en palabras de Penrose.

La necesidad de crecer viene dada por la existencia de una serie de recursos ociosos susceptibles de ser empleados en nuevas áreas de actividad que generen mayor riqueza a la empresa⁹⁰.

De la anterior afirmación se puede deducir, que Penrose le brindaba una importancia considerable del crecimiento empresarial a la ejecución administrativa expuesta en las organizaciones, que permitieran que aquellos recursos excedentes que se obtuvieran en las empresas, fuesen reinvertidos en adquisiciones en diferentes rubros empresariales con el fin de que estos se pudieran ver reflejados en un cambio positivo a nivel económico y competitivo de la empresa en el mercado⁹¹.

En concordancia con lo expuesto por Penrose, se puede traer a contexto el aporte realizado por **Jessica Restrepo** la cual es asistente personal del gerente y propietario de la empresa **El León** asentada en el municipio de Pradera, quien considera que “la experiencia en el seno empresarial cobra una sobresaliente importancia para garantizar el buen proseguir y la permanencia de las organizaciones a largo plazo”⁹².

Siguiendo con el orden cronológico de contribuciones al tema, es importante mencionar a **DE RAVEL**, quien en el año de 1972 dio su apreciación acerca de los factores a tener en cuenta en una evaluación del crecimiento empresarial, para De Ravel este análisis debe ser meramente cuantitativo y toma como referencia aspectos como el **aumento en el volumen de producción**⁹³.

Respecto a la valoración que le da De Ravel a los aspectos cuantitativos en el análisis de crecimiento, se puede decir que se ve reafirmado hoy en día, en que

⁸⁹ Ibid. p. 6.

⁹⁰ BLÁZQUEZ SANTANA. Op. Cit., p. 177.

⁹¹ MARTINEZ RODRIGUEZ. Op. Cit., p. 6.

⁹² ENTREVISTA con Luis Ángel de León y Jessica Restrepo, asistente personal de la empresa León. Pradera Valle, 23 de enero de 2015.

⁹³ BLÁZQUEZ SANTANA. Op. Cit., p. 170.

las evaluaciones de los rendimientos presentados en las organizaciones son cada vez mas medidos de forma numérica, basándose en aspectos como los flujos de caja, niveles de venta, transacciones en las bolsas de valores, etc.

Adelantándonos un poco mas de tiempo y acercándonos a los aportes que reunieron aspectos tanto cualitativos como cuantitativos, nos encontramos con **Navas Lopez y Guerras Martin**, quien en el año de 1996 abordaron el tema de crecimiento empresarial realizando la relacionando los cambios presentando en las empresas y el incremento que resulta este, de forma literal estos autores pensaban que:

El termino desarrollo o crecimiento económico, cuando son aplicados a la empresa, significa que se han producido aumentos en cantidades y dimensión así como cambios en sus características económicas internas. Estos aumentos pueden verse reflejados en todas las variables o varias de las siguientes variables: **activos, producción, ventas, beneficios, líneas de productos, mercados**, etc.⁹⁴

Como se puede distinguir en el concepto de Navas López y Guerras Martin, ya pueden evidenciar una serie de aspectos que pueden ser tomados en el momento de realizar una evaluación del crecimiento en las empresas, unos más importantes que otros dependiendo del contexto presentado por la organización, pero siempre presentes en las dinámicas diarias afrontadas por las empresas.

Por ejemplo, en la definición se presenta un determinante con un alto reconocimiento en el ámbito empresarial como lo son las ventas o los ingresos percibidos por las organizaciones. En este punto hubo una alta correlación en las apreciaciones suministradas por propietarios y conocedores de las empresas en Pradera, quien en sus percepciones informaban que uno de los factores de mayor importancia a la hora de evaluar el desempeño de sus organizaciones era el análisis de las ventas e ingresos presentados en un determinado periodo tiempo⁹⁵.

Siguiendo con el tema, en el año 1996 la **AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración)** procuro manifestar su opinión acerca de la evaluación del crecimiento empresarial, esta asociación empresarial considera que se debe buscar una unificación entre los aspectos cualitativos y cuantitativos presentes en las organizaciones, para la AECA:

⁹⁴ Ibid. p. 172

⁹⁵ Información recolectada por medio de entrevistas realizadas a propietarios y conocedores del tema empresarial en el municipio de Pradera, Valle, 23 y 24 de enero de 2015.

El crecimiento de la empresa representa el desarrollo que esta alcanzando la misma, manifestando tanto por el incremento de las magnitudes económicas que explican su actividad como por los cambios observados en su estructura económica y organizativa⁹⁶.

El concepto brindado por la AECA esboza de forma implícita que existen factores con tendencia económica - numérica tales como lo son las ventas, inversiones o los ingresos, que una vez estos logran alcanzar un incremento en un periodo terminado de tiempo puede llegar a ser concebido como un crecimiento de la empresas, sin embargo de igual forma se pueden extraer factores con una corriente mas cualitativa con mayor dependencia de elementos netamente administrativos y estructurales, como lo pueden ser el posicionamiento y la infraestructura, que de igual manera con su respectivo análisis o evaluación pueden mostrar si existe o no un crecimiento en las organizaciones⁹⁷.

Saltando un poco en el tiempo y en la búsqueda de concepto con mayor amplitud en el tema, nos encontramos con la definición brindada en el año de 2005 por **BLÁZQUEZ SANTANA**, quien considera que el crecimiento en las empresas es:

El proceso de adaptación de los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivos, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo⁹⁸.

Se puede distinguir de la anterior definición, que Blázquez al igual que la asociación AECA, lograron percibir que existían una serie de factores tanto cualitativos como cuantitativos que influyen en el desarrollo de las organizaciones, sin embargo, Blázquez le agrega un determinante que interviene de gran manera

⁹⁶ BLÁZQUEZ SANTANA. Op. Cit., p. 171.

⁹⁷ Ibid. p. 171.

⁹⁸ Ibid. p. 172.

en la evaluación de crecimiento empresarial, como lo es la competitividad de la empresa en estos factores.

La competitividad hoy en día es un pilar de suma importancia en las organizaciones que se visualizan creciendo y logrando un sostenimiento de ese crecimiento en el tiempo, como lo mencionaba **Jessica Restrepo** asistente personal en la empresa **León** en la ciudad de Pradera “La competitividad puede ser entendida como el punto clave que permite a una empresa ser diferente en comparación a otras organizaciones⁹⁹”.

En el caso de la empresa **León** han logrado basar su competitividad en el ítem de la calidad, que por ende en el paso del tiempo se ha visto plasmado en un crecimiento empresarial sostenido que le ha permitido llegar con sus productos a empresas sobresalientes del sector azucarero como Riopaila Castilla.

Una vez analizado las diferentes conceptos brindados por diferentes autores a través del tiempo, es hora de abordar aquellos teóricos que le han dado mayor énfasis a los factores de medición del crecimiento empresarial que son el objetivo de nuestro análisis, como lo son las **VENTAS**, la **GENERACION DE EMPLEO**, la **INFRAESTRUCTURA** y otros factores relacionados al objeto de la evaluación.

El primer factor al que se le realizara un análisis es a las **VENTAS**, este elemento de medición del crecimiento empresarial es uno de los mas aceptados y mencionados en el ámbito organizacional, es por esto que en **1987** los teóricos **Cuervo García** y **Fernández Saiz** establecen que las ventas registradas por la empresa en un horizonte determinado de tiempo pueden ser consideradas como un indicador que una organización a manifestado un crecimiento, a demás de esto, complementan el aporte con otro determinante como lo son **ACTIVOS** quienes se integran de una forma perfecta con las ventas, debido a que, como fue mencionado por Cuervo Garcia y Fernandez Saiz “ no puede existir crecimiento (a largo plazo) de las ventas sin aumento proporcional de los activos”¹⁰⁰. Al igual que Cuervo y Fernández, un sinnúmero de teóricos dieron sus apreciaciones acerca de los factores de análisis del crecimiento empresarial, entre ellos, **MARAVALL** en el año de 1984 y **HESHMATI** en el año 2001, que de una u otra forma tomaron como base la información establecida por Cuervo García y Fernández Saiz y realizaron su propio análisis dándole sustento a la elección de este factor¹⁰¹.

⁹⁹ ENTREVISTA con Luis Ángel de León y Jessica Restrepo, asistente personal de la empresa León. Pradera Valle, 23 de enero de 2015.

¹⁰⁰ BLÁZQUEZ SANTANA. Op. Cit., p. 182.

¹⁰¹ Ibid. p. 183.

La **GENERACION** o **AUMENTO DEL EMPLEO** es otro de los factores que ha sido considerado como indicador preponderante del crecimiento empresarial. Una empresa que logra generar una cantidad considerable de empleos en un tiempo establecido o no establecido, puede llegar a ser considerada como una organización que ha alcanzado un nivel mayor en el ámbito empresarial, es decir, una organización que en sus inicios de operaciones contaba con una cantidad X de colaboradores y después de un tiempo determinado se analiza a la empresa posee una cuantía de X+1 colaboradores, al ver esto y hacer un análisis somero de esta situación se puede llegar a la conclusión de que las empresas cuentan con unos requerimientos mayores de demanda por tomar un ejemplo.

Al análisis del siguiente medidor de crecimiento, se sumaron autores como HERSMATI que considera que la **generación de empleo** igual que las **ventas** es un indicador principal para la evaluación del desempeño de las organizaciones, además de HERSMATI también brindo su aporte al tema, EVANS en 1987, entre otros.

El tercer factor al cual le damos énfasis en la investigación es la **INFRAESTRUCTURA** de la empresa, cuando abordamos en el tema de infraestructura nos referimos a “el conjunto de ingenierías e instalaciones de larga vida útil sobre la cual se produce la prestación de servicios y se realizan actividades con fines productivos”¹⁰².

En la bibliografía consultada no se habla de forma concisa de la infraestructura como un indicador de crecimiento empresarial, sin embargo si hablan tocan un tema que trae inmerso el factor de la infraestructura como lo son los **ACTIVOS TOTALES NETOS**, que a su vez estos contienen los **ACTIVOS FIJOS** y la infraestructura hace parte de estos.

Al percibir un cambio positivo o negativo de la infraestructura de la empresa, este cambio puede ser estimado como que la organización ha alcanzado un crecimiento o por el contrario esta ha tenido un estancamiento, teóricos como **ALBACH** en 1967 y **SUAREZ SUAREZ** en 1984, han considerado que este factor inmerso en los activos totales netos, es fundamental para indicar que la empresa a logrado un crecimiento empresarial¹⁰³.

Algunos actores en la evaluación del crecimiento empresarial consideraban que dicho análisis no se debería realizar en base a un solo factor, por el contrario ellos

¹⁰² CHILE. CONSEJOS DE POLÍTICAS DE INFRAESTRUCTURA. Política de inversión en infraestructura: Bases para una propuesta. [En línea]. [Fecha de consulta: 15 de Octubre de 2014]. Disponible en: <http://www.infraestructurapublica.cl/sitio/wp-content/uploads/Bases-para-una-propuesta-FINAL.pdf>. p. 17

¹⁰³ BLÁZQUEZ SANTANA. Op. Cit., p. 184.

pensaban que sería conveniente tener en cuenta una serie de aspectos que se presentan en las empresas y permiten obtener un resultado mas completo del análisis.

Es así, como surge el concepto del **VALOR MULTICRITERIO**, definición que pregona la sinergia que debe existir entre una serie de factores que permitan a las organizaciones obtener un desempeño óptimo de sus operaciones empresariales, algunos de los actores que se sumaron a esta noción fueron BUENO CAMPOS, LAMOTHE FERNANDEZ y VILLALBA en 1984, quienes creían que los criterios a evaluar en las organizaciones para saber su crecimiento eran el VOLUMEN DE VENTAS, EL NUMERO DE TRABAJADORES, los RECURSOS PROPIOS y el VALOR AÑADIDO; al igual que los anteriores autores CORREA RODRIGUEZ en los años de 1999 y 2001 consideraba estas variables como importantes a la hora de realizar una evaluación de crecimiento empresarial pero aporta dos factores mas, como lo son el CASH FLOW y el BENEFICIO BRUTO, eso si teniendo la premisa que estos criterios se complementan de una u otra forma en la funcionamiento de la empresa¹⁰⁴.

Para trasladar la importancia del VALOR MULTICRETERIO al ámbito empresarial local, cabe resaltar el pensamiento del secretario de Acción Social del Municipio de Pradera, Carlos Augusto Leyton, quien considera que “Todos los factores de crecimiento que se aplican en las empresas son importantes a la hora de realizar una evaluación empresarial, ya que, una depende de la otra”¹⁰⁵.

Cabe resaltar que los factores antes mencionados logran coincidir con lo comunicado en las entrevistas realizadas a importantes empresarios y conocedores de las dinámicas empresariales del municipio, por ende, la información teórica recolectada y las apreciaciones brindadas por los entrevistados le dan un mayor soporte a los medidores de crecimiento empresarial escogidos para la investigación.

En el siguiente cuadro se mostrara de forma resumida las diferentes autores y aportes que se acercan a los factores utilizados en la investigación.

CUADRO 2. FACTORES DE EVALUACION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

VARIABLES O CRITERIOS DE EVALUACION EMPRESARIAL	AUTOR / AÑO

¹⁰⁴ Ibíd. p. 184.

¹⁰⁵ ENTREVISTA con Carlos Augusto Leyton, ex Secretario de Acción Social. Pradera Valle, 23 de enero de 2015.

Activo total neto	Albach (1967) Suarez Suarez (1979, 1984) Dunne y Hugues (1994) Carpenter y Petersen (2002)
Numero de empleados	Evans (1987) González Núñez (1988) Kraybill y Variyam (1992) Becchetti y Trovato (2002)
Volumen de ventas y valor añadido	Maravall (1984)
Numero de empleados, ventas y activos totales	Lang (1996) Herhmati (2001)
Numero de empleados, volumen de ventas, fondos propios y valor añadido	Anton Martin (1990)
Valor multicriterio	Lamothe Fernandez (1986) Correa Rodriguez (1999)

Fuente: Diseño propio en base a información de artículo científico¹⁰⁶

13. EVALUACION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE EN EL AÑO 2013 – 2014

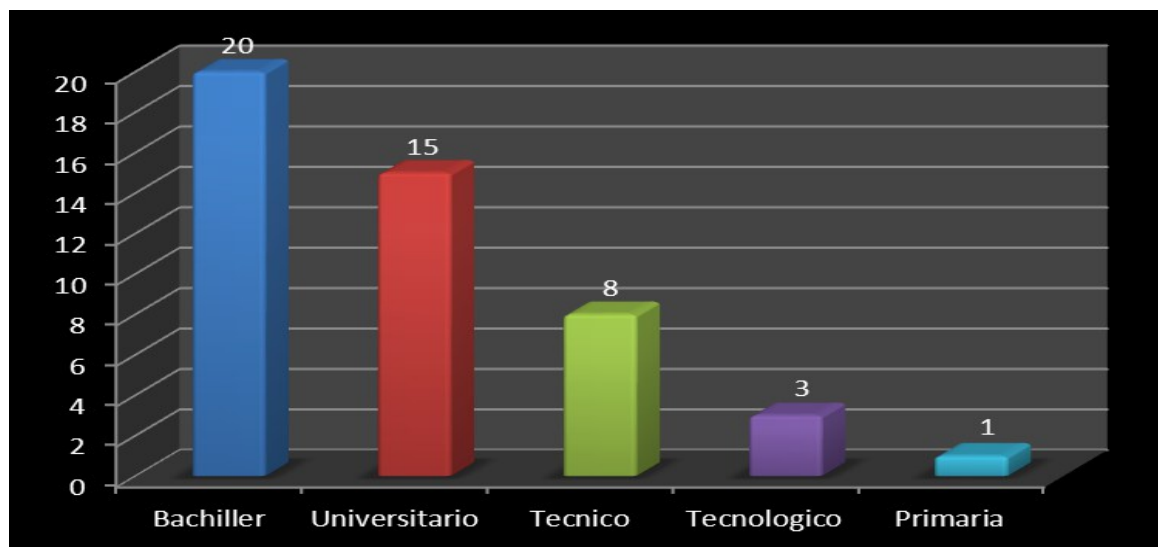
Con el fin de conocer el desempeño que han mostrado las empresas en el Municipio de Pradera entre el año 2013-2014, se han realizado 47 encuestas con el fin de conocer de las fuentes primarias, es decir, los propietarios y encargados del funcionamiento de las organizaciones las dinámicas empresariales

¹⁰⁶ Ibíd. p. 184.

presentadas en este periodo tiempo, a continuación se presentan los resultados de dicha recolección de información.

13.1 ¿Nivel educativo de los propietarios o encargados de las Mipymes?

Grafica 19. Clasificación según el nivel educativo

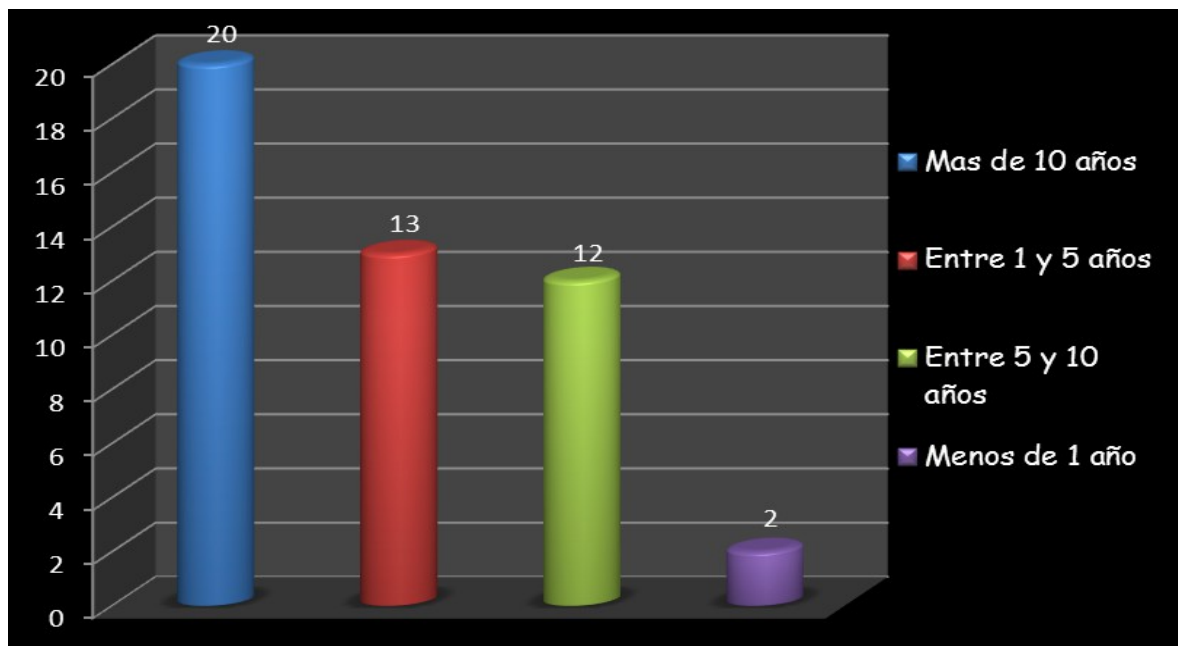


Fuente: Diseño del autor

En el anterior grafico se puede percibir que el **BACHILLER** es el nivel educativo con mayor preponderancia entre los propietarios y encargados de las Mipymes en el Municipio de Pradera con una participación de aproximadamente el **43 %** que representa a **20** participantes de la encuesta, seguido de cerca por el nivel **UNIVERSITARIO** que cuenta con un **32 %** en representación de **15** propietarios y encargados. En tercer lugar se encuentra a el nivel **TECNICO** con **8** respuestas y una participación de el **17 %** del total de la muestra, por ultimo en el cuarto y quinto lugar de la clasificación se encuentra a el nivel **TECNOLOGICO** y **PRIMARIO** que de forma conjunta representan un **8 %** que equivalen a **4** respuestas en las encuestas aplicadas.

13.2 ¿Hace cuantos años dio inicio su empresa? Si es más de 10 años indique cuantos.

Grafica 20. Clasificación según el ciclo de vida



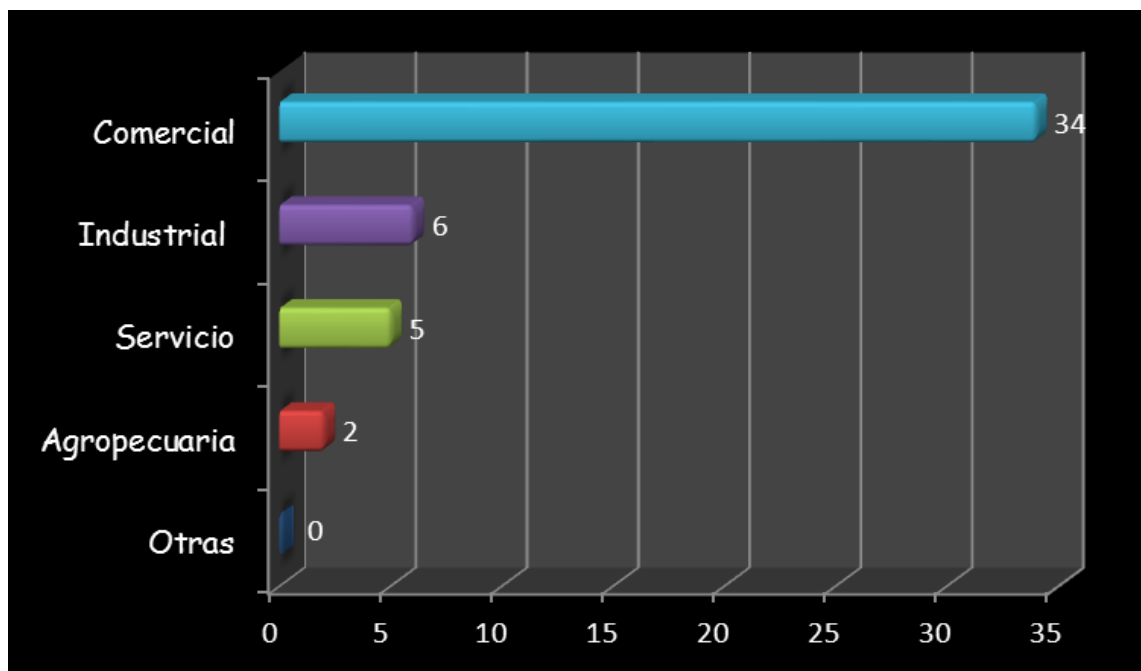
Fuente: Diseño del autor

Como se puede evidenciar en el grafico, el **42 %** de las empresas que se encuentran asentadas en el municipio de Pradera tienen una permanencia en sus operaciones o mejor dicho un ciclo de vida superior **a 10 años**, siguiendo la tendencia presentada en el capitulo No. 1 en el cual se demostraba que un ponderación menor al **10 %** de las empresas en Pradera tienden a desaparecer una vez que han sobrepasado la barrera de los 10 años de existencia en el municipio.

También se encuentran con un porcentaje inferior pero significativo las empresas con un ciclo de vida entre 1 y 5 años, que representan un **28 %** de las empresas encuestadas, además de un **25 %** de ponderación presentado por las empresas que poseen una permanencia superior a 5 pero inferior a los **10 años** y por ultimo se encuentran a las empresas que no poseen una cantidad mayor a **1 año** de existencia, presentando el **4 %** de las empresas en las cuales se ha tomado la información de la investigación.

13.3 ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?

Grafica 21. Clasificación según la actividad económica

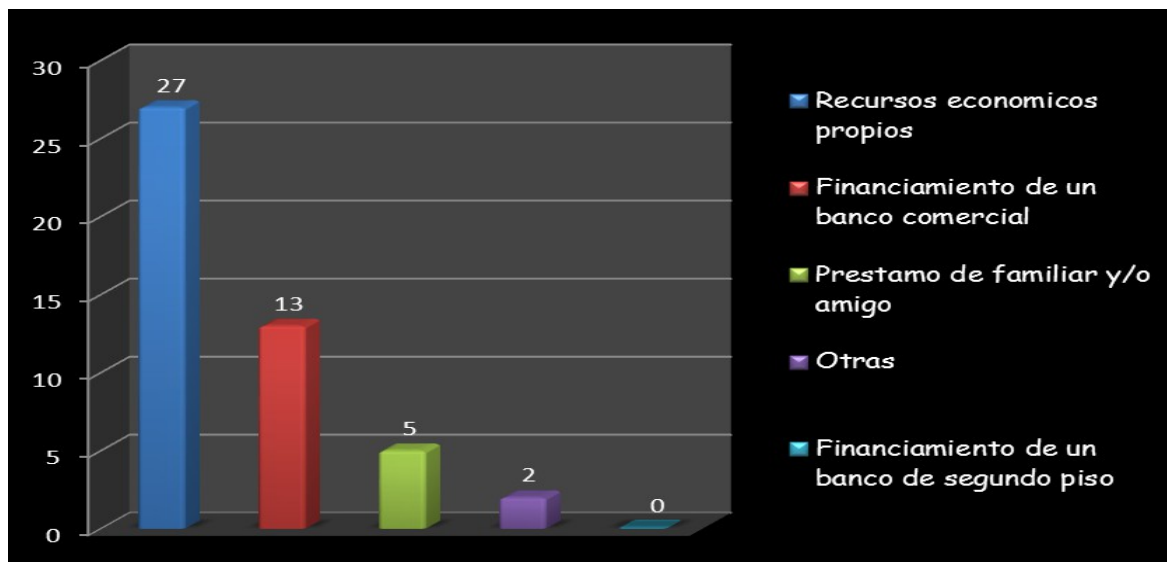


Fuente: Diseño del autor

Al igual que la pregunta anterior esta cumple la tendencia mostrada en el capítulo No. 1, en el cual se exponía que la actividad económica que mas se realiza en Pradera, es la ADQUISICION y COMERCIALIZACION de bienes, con una representación del **72 %**, seguido por actividades como la INDUSTRIAL, SERVICIOS Y AGROPECUARIA con un ponderación entre las 3 de un **28 %** de las empresas encuestadas.

13.4 ¿Cuál fue el recurso económico utilizado para iniciar la empresa?

Grafica 22. Clasificación según los recursos económicos



Fuente: Diseño del autor

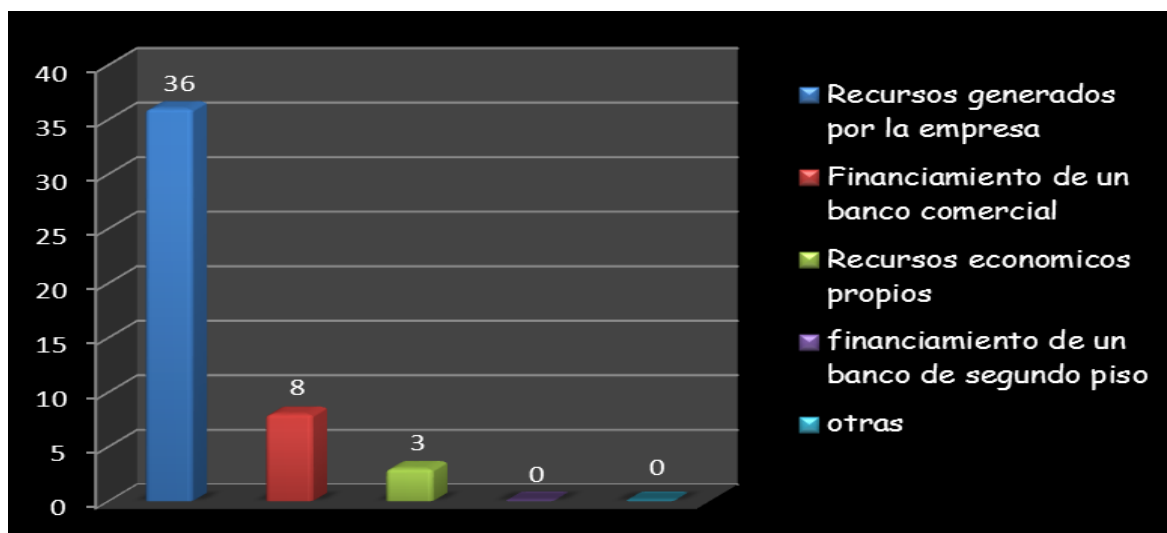
El **RECURSO ECONOMICO PROPIO** fue y es el más utilizado por los empresarios para darle vida a sus empresas, es así como de las 47 Mipymes que se encuestaron **27** de ellas informaron que el recurso utilizado para iniciar las operaciones en su mayoría comerciales fue con recursos propios. Sin embargo, también existen empresas que se vieron en la necesidad de acudir al **FINANCIAMIENTO DE UN BANCO COMERCIAL**, estas empresas representan el **28 %** de las empresas encuestadas.

Otra de las opciones usadas por los empresarios es la de acudir donde un **FAMILIAR O AMIGO**, que brinde soporte financiero para los inicios de las operaciones en las empresas, dichas empresas son 5, con una representación del **11 %**.

Cabe distinguir que en el Municipio de Pradera, es poco usado y poco conocido la figura de los **BANCOS DE SEGUNDO PISO**, es por esto que los resultados arrojados en la encuesta es de **NINGUNA EMPRESA** que haya optado por asistir a uno de estos bancos a financiarse.

13.5 ¿Cómo financia actualmente su empresa los rubros de inversión, capital de trabajo y gastos operativos del negocio?

Grafica 23. Clasificación según la financiación actual



Fuente: Diseño del autor

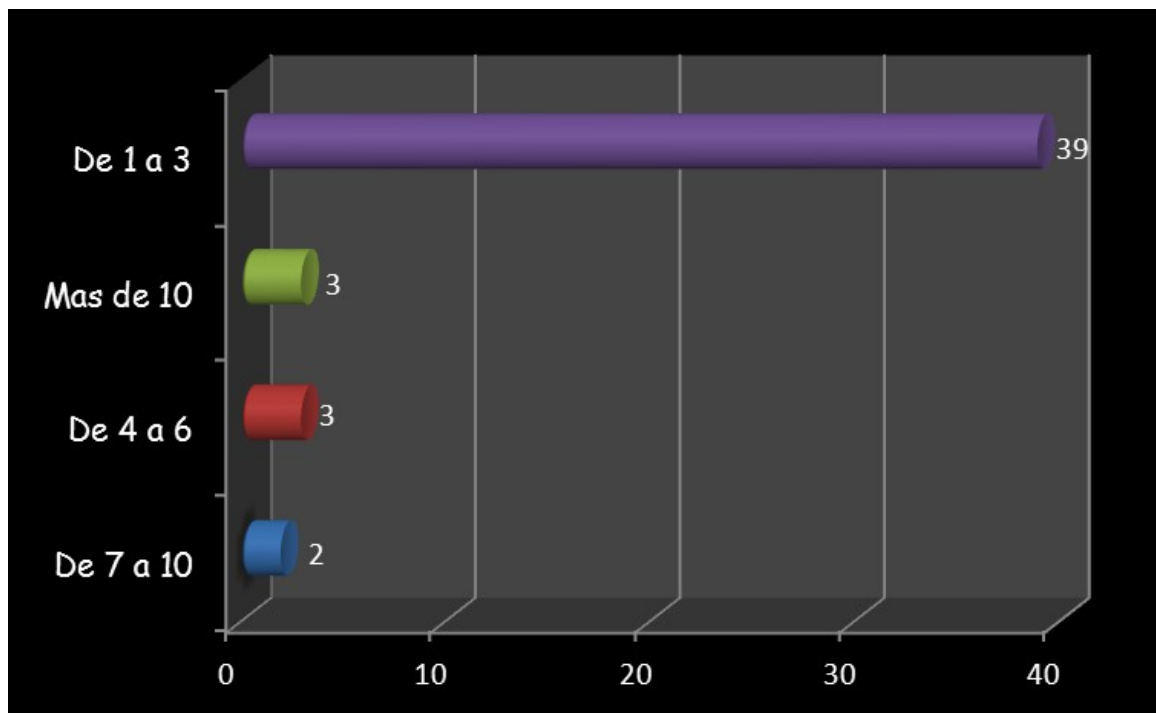
Al indagar con los empresarios **¿Cómo es el financiamiento actual de las empresas?**, se nota un crecimiento en cuanto a financiación, además de esto se puede deducir que también en cuanto a capital, debido a que los **RECURSOS PROPIOS** dejan de ser preponderante en la financiación de las empresas con un **3 %** a diferencia del **57 %** que se presentaba en los inicios de las organizaciones y toma el papel principal los **RECURSOS GENERADOS POR LA EMPRESA** que representa el **76 %** de la financiación

Otro de los que pierde ponderación en el financiamiento de las empresas en Pradera, es la búsqueda de apalancamiento de las Mipymes por los **BANCOS COMERCIALES** ya que pasa de un **28 %** a un **17 %** de participación, dada la buena gestión empresarial y por ende el aumento de los recursos generados por la misma empresa en pro de su soporte organizacional.

Aunque los **RECURSOS GENERADOS POR LA EMPRESA**, es el financiamiento mas utilizado en la actualidad por las Mipymes, existen aun algunas organizaciones que deben acudir a sus **RECURSOS PROPIOS** para darle sostenimiento a la empresa.

13.6 ¿Con cuantos colaboradores comenzó su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

Grafica 24. Clasificación según el número de colaboradores en el inicio



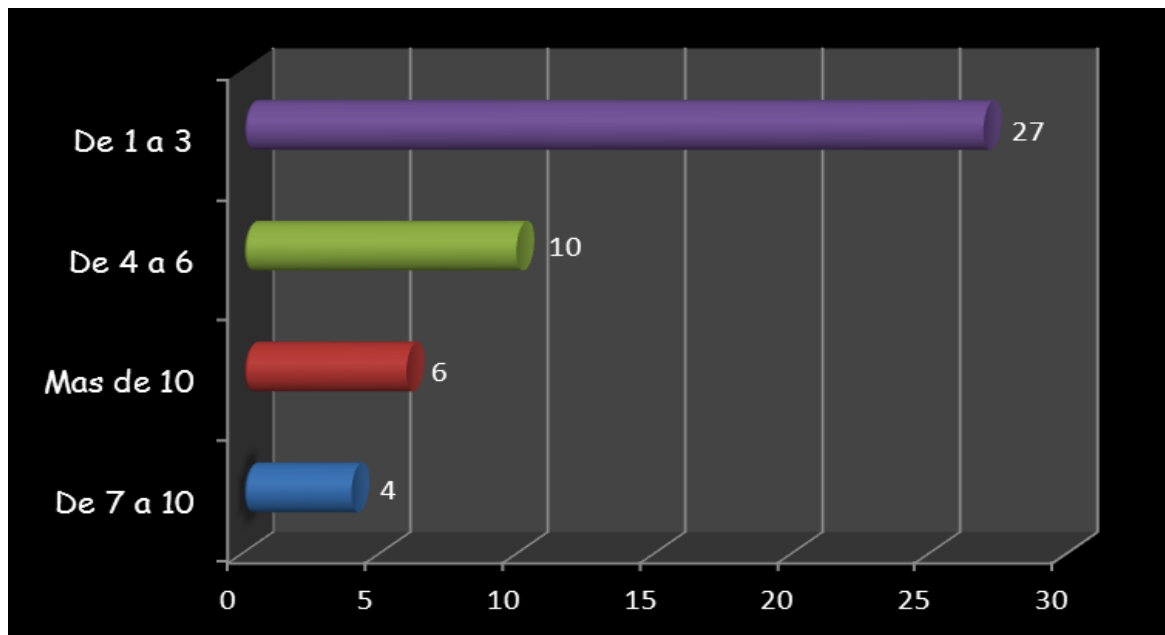
Fuente: Diseño del autor

El **83 %** de las Mipymes en Pradera iniciaron sus actividades empresariales con un número inferior a **3** colaboradores, cifra que no sorprende dado que un numero significativo de empresas lograron su financiación en una primera instancia con recursos propios, además de que el **97 %** de las organizaciones en el Municipio son Microempresas.

Diferente es el resultado de las empresas que cuentan con un número superior a 10 colaboradores, ya que esta categoría representa solamente el **6 %** de la muestra total. Sin embargo, este **6 %** es representado por 3 empresas que poseen dentro de sus organizaciones con números superiores a 50 y 100 colaboradores.

13.7 ¿Actualmente cuantos colaboradores posee su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

Grafica 25. Clasificación según el número de colaboradores actuales



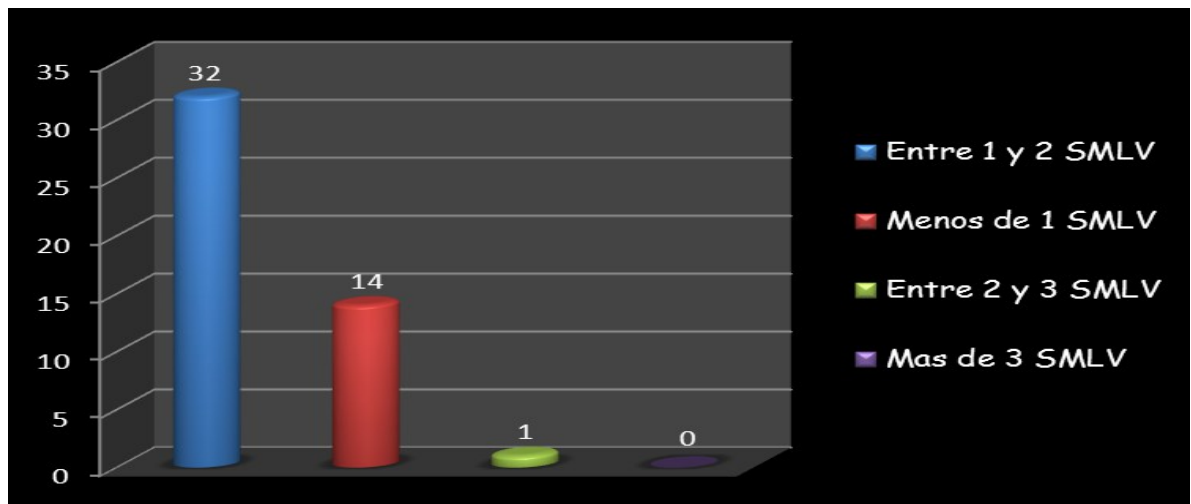
Fuente: Diseño del autor

La información en la actualidad no cambia mucho de la mostraba en el párrafo anterior, sin embargo, se evidencia un avance mínimo en cantidad de colaboradores que posee las empresas encuestadas; anteriormente se presentaba que **39 %** organizaciones con una ponderación del **83 %** iniciaron sus empresas con un número inferior a 3 colaboradores, actualmente ese número se disminuye a 27 lo cual representa una reducción de **26** puntos porcentuales.

Dichos puntos porcentuales se ven trasladados a categorías como la de **4 a 6** colaboradores, que anteriormente contaba con **4** empresas y hoy en día aumento a **10** organizaciones, también se nota el cambio en la empresas que poseen un número superior a 10 colaboradores, debido a que, inicialmente se poseían **3** empresas y actualmente se cuenta con **6** empresas, esto representa un aumento del **100 %** en dicha categoría.

13.8 ¿Cuál es el nivel salarial promedio de sus colaboradores?

Grafica 26. Clasificación según el nivel salarial



Fuente: Diseño del autor

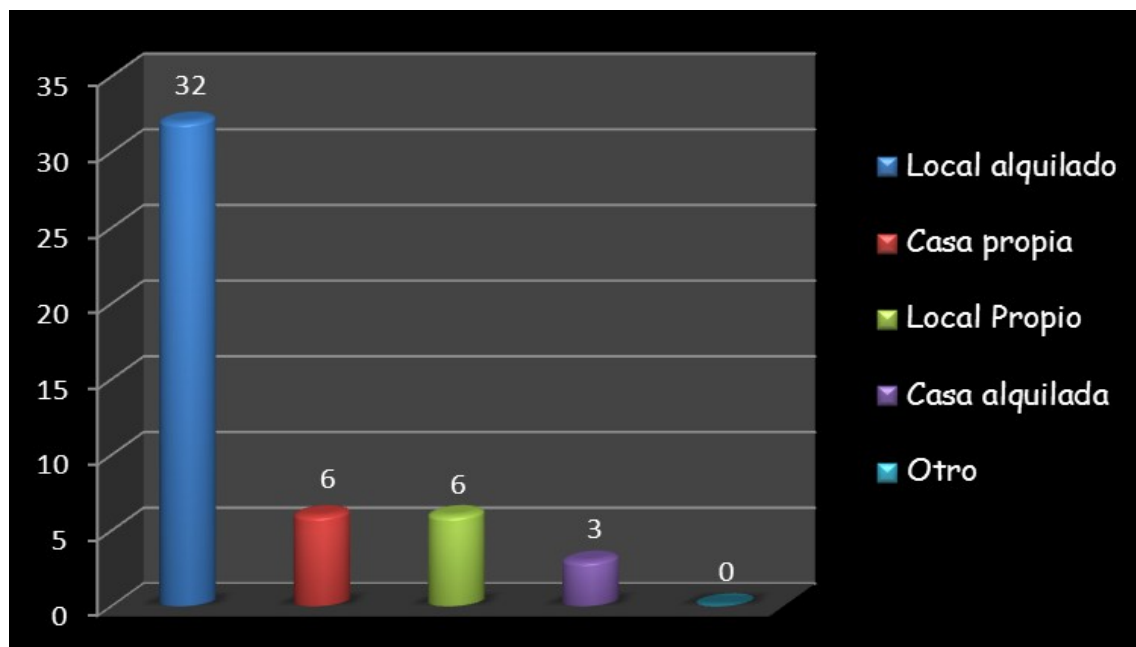
A la pregunta de nivel salarial de los colaboradores en las empresas de pradera, se puede notar una tendencia de retribución hacia los trabajadores entre **1 y 2 SMLV** con una representación de un **68 %**, igual que anteriores párrafos no es de extrañarse con dichos resultados dadas la actividad netamente comercial presentada en el Municipio y el tamaño de las empresas, lo cual no les permite brindar una remuneración de mayor valor.

Esta disposición de brindar salarios relativamente bajos se fortalece con otro de las respuestas presentadas en la anterior interrogante, la cual arroja un resultado de un **30 %** de las empresas que aseveran que les pagan a sus colaboradores por debajo del SMLV.

Sin embargo, según lo evidenciado de forma presencial por el autor de la evaluación de crecimiento empresarial en Pradera, dista un poco de la realidad de algunas de las respuestas brindadas por las empresas del municipio; ya que, se pudo percibir que algunas personas se abstenían a responder de una forma sincera que sus empresas dan una retribución al trabajo por debajo del SMLV por razones de temor o desconfianza, esto nos permitiría considerar que el porcentaje de empresas que pagan menos de un SMLV podría aumentar. Por ultimo, se presenta un **2 %** de las respuestas, en el cual las empresas pagan **entre 2 y 3 SMLV**.

13.9 ¿De las siguientes opciones indique en que espacio dio inicio la empresa?

Grafica 27. Clasificación según el espacio de inicio



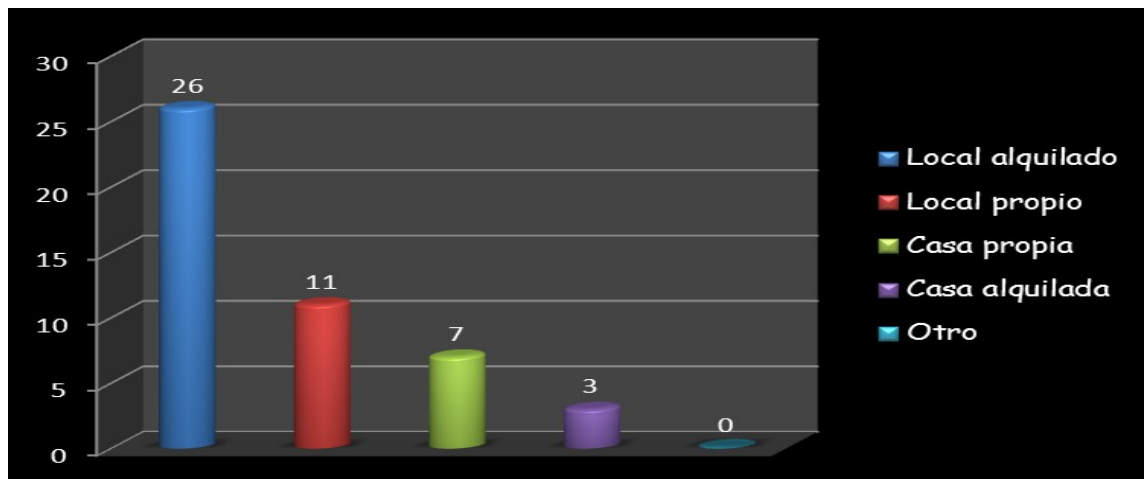
Fuente: Diseño del autor

A la consulta en que espacio o lugar dieron inicio las empresas encuestadas de Pradera, 32 de ellas respondieron que empezaron sus organizaciones en locales alquilados, dichos establecimiento representan el **68 %** de la muestra, seguido en participación por las **CASAS PROPIAS y LOCALES PROPIOS** quienes poseen un ponderación del **13 %**, con una representación en la investigación de **6** organizaciones respectivamente.

Las **CASAS ALQUILADAS** son el espacio menos utilizado por los empresarios para dar inicio a sus organizaciones con una ponderación del **6 %**, representando a **3** empresas encuestadas.

13.10 ¿Actualmente en que espacio funciona la empresa?

Grafica 28. Clasificación según el espacio actualmente



Fuente: Diseño del autor

En la situación del lugar donde ejecutan las operaciones las empresas NO ha sufrido un cambio significativo, puesto que en la grafica se puede apreciar que el **LOCAL ALQUILADO** es el espacio mas utilizado por las organizaciones para funcionar pese a la disminución de **13 puntos porcentuales** presentados, puesto que se desplaza de un porcentaje de **68 %** a **55 %** en la actualidad.

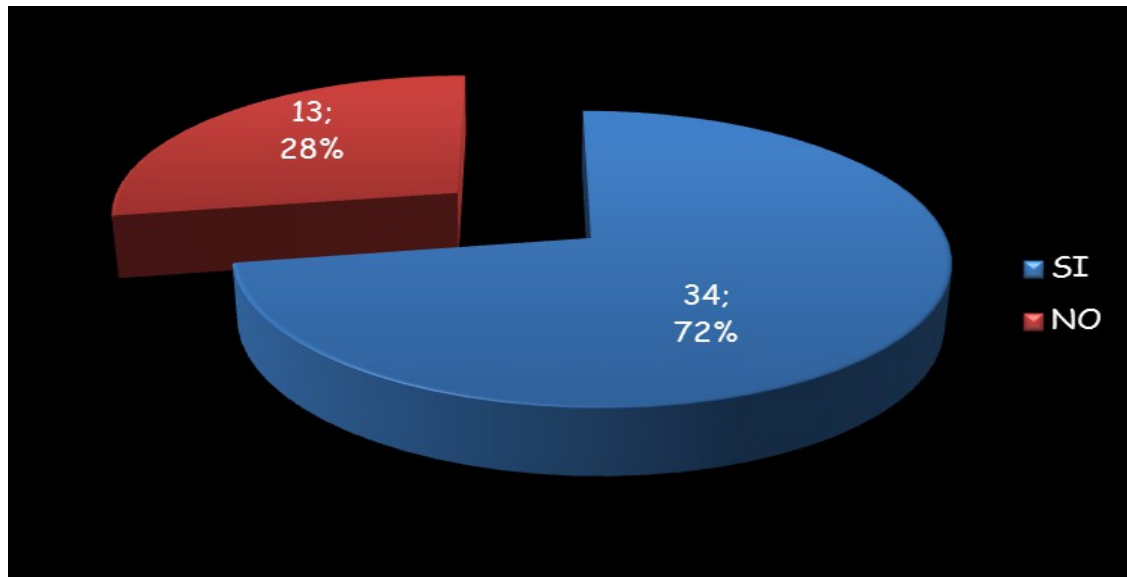
La adquisición de locales (**LOCAL PROPIO**) ha tomado cierta fuerza entre las empresas en el Municipio con un **23 %** en comparación al **13 %** presentado en la grafica anterior, sin embargo, se puede considerar que este cambio no es considerable dado el tiempo de existencia de las Mipymes en Pradera, que en un gran porcentaje es de mas de 10 años.

La opción de la adquisición de una casa (**CASA PROPIA**) como sede para el funcionamiento de la empresa, no se percibe un cambio preponderante, debido a que solo se ve un aumento de **1 punto porcentual** respecto a lo arrojado por el interrogante anterior.

De la información encontrada en la parte superior de este párrafo se puede deducir, que es casi nulo el incremento de activos fijos (**INFRAESTRUCTURA**) por las organizaciones en lo largo del tiempo de funcionamiento de estas.

13.11 ¿Considera que la empresa ha implementado estrategias de diferenciación en los últimos 3 años?

Grafica 29. Clasificación estrategias de diferenciación 2014 – 2013



Fuente: Diseño del autor

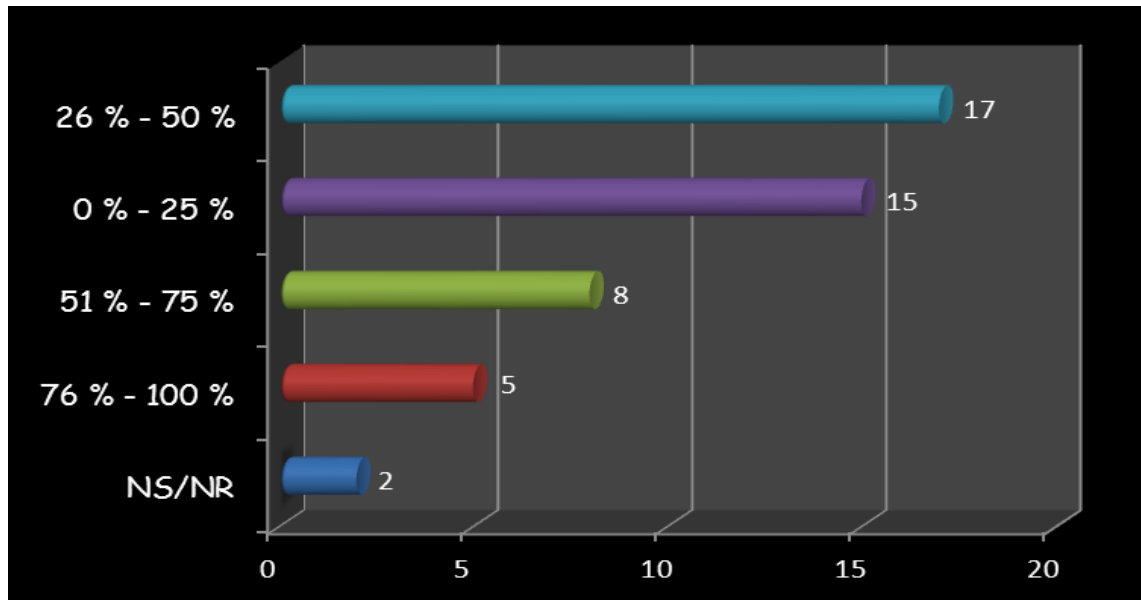
A la consulta realizada a las Mipymes del Municipio de Pradera, acerca de la consideración de la implementación en los últimos años de estrategias de diferenciación en sus organizaciones en pro de obtener un posicionamiento mayor en el mercado Pradereño, se encontró que un **72 %** de las empresas encuestadas responden que han aplicado una serie estrategias que los diferencien de las demás organizaciones y un **28 %** reconocieron que no han implementado estrategias de diferenciación en sus empresas.

A pesar de esto, es importante comentar que al ser aplicado el instrumento de recolección de la información se pudo visualizar que las personas encargadas de las empresas no tienen claridad en lo referente a estrategias de diferenciación.

Sin embargo, los encuestados brindaron algunas estrategias, entre las que se puede destacar el servicio al cliente, la calidad en los productos, portafolios de productos amplios, estrategias de fidelización y captación mediante promociones, entre otras estrategias.

13.12 ¿Aproximadamente cuanto cree que ha crecido en ventas (ingresos) anuales la empresa desde el inicio de sus operaciones, hasta la actualidad?

Grafica 30. Clasificación crecimiento en ventas



Fuente: Diseño del autor

Al interrogante acerca del aumento de las ventas anuales de las Mipymes en Pradera, la respuesta con mayor representación fue la de entre **26 % y 50 %** de crecimiento con un **36 %** de ponderación que equivale a **17** empresas, seguido por las empresas que han tenido un crecimiento en sus ventas entre **0 % y 25 %** representando a **15** organizaciones, equivalentes a un **32 %**.

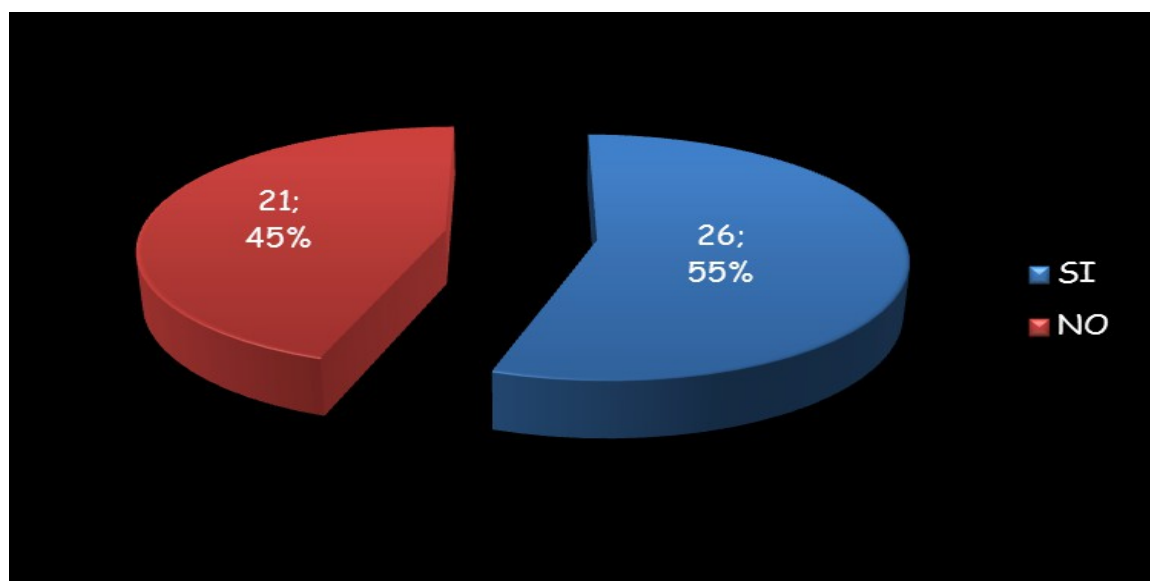
Un poco mas abajo en la clasificación se encuentran a las Mipymes que consideran que han aumentado sus ventas en un rango entre **51 % y 75 %**, son **8** las empresas que consideran que han alcanzado el anterior crecimiento y son **5** las que creen que su aumento en ventas ha sido entre **75 % y 100 %**, alcanzado una representación de un **11 %**.

Los resultados arrojados a simple vista pueden ser considerados como buenos, ya que, por lo menos han alcanzado un aumento en sus ingresos en relación a las ventas, sin embargo, igual que en el análisis en el que se habla de el espacio en el cual se desarrollan actualmente las actividades; el ciclo de vida no permite que exista un conformismo con el resultado, dada la permanencia tan larga que se presentan en las empresas del municipio.

Además este resultado nos indica y confirma el poco conocimiento que tienen los encargados y dueños de las organizaciones en lo concerniente en creación y aplicación de estrategias efectivas de diferenciación que permitan una fidelización y captación de clientes, que por ende generen un crecimiento en las ventas percibidas por la organización.

13.13 ¿Conoce los programas ofrecidos por la Camara de Comercio de Palmira y Pradera en pro del desarrollo de las empresas? Si su respuesta es positiva indique cuales.

Grafica 31. Clasificación según el conocimiento de los programas



Fuente: Diseño del autor

A la consulta en referencia al conocimiento de los programas ofrecidos por la Camara de Comercio en beneficio del crecimiento de las Mipymes en Pradera, el **55 %** de los encuestados contestaron que tienen algún conocimiento acerca de las capacitaciones ofrecidas por la Camara en el Municipio, mientras que un **45 %** indico que no tienen ningún idea de lo que hace la Camara de Comercio de Palmira y Pradera para el mejoramiento de las Mipymes.

Los programas ofrecidos por la Camara de Comercio con mayor recordación entre los empresarios Pradereños están los relacionados a la atención al cliente, ventas, estrategias de mercado y crecimiento empresarial.

Los resultados arrojados al interrogante resultan un tanto preocupantes, debido a que, casi el **50 %** de los encuestados aseguran no conocer el trabajo realizado por la Camara de Comercio en Pradera, no obstante, muchos de ellos comunicaban que no conocían los programas a causa de la nula asistencia que ellos tenían a las invitaciones que por diversos medios les ofrecían y ofrece la Camara de Comercio, es decir, que este porcentaje alto de desconocimiento es ocasionado a la indiferencia mostrada por los empresarios hacia los programas ofrecidos en pro de su desarrollo.

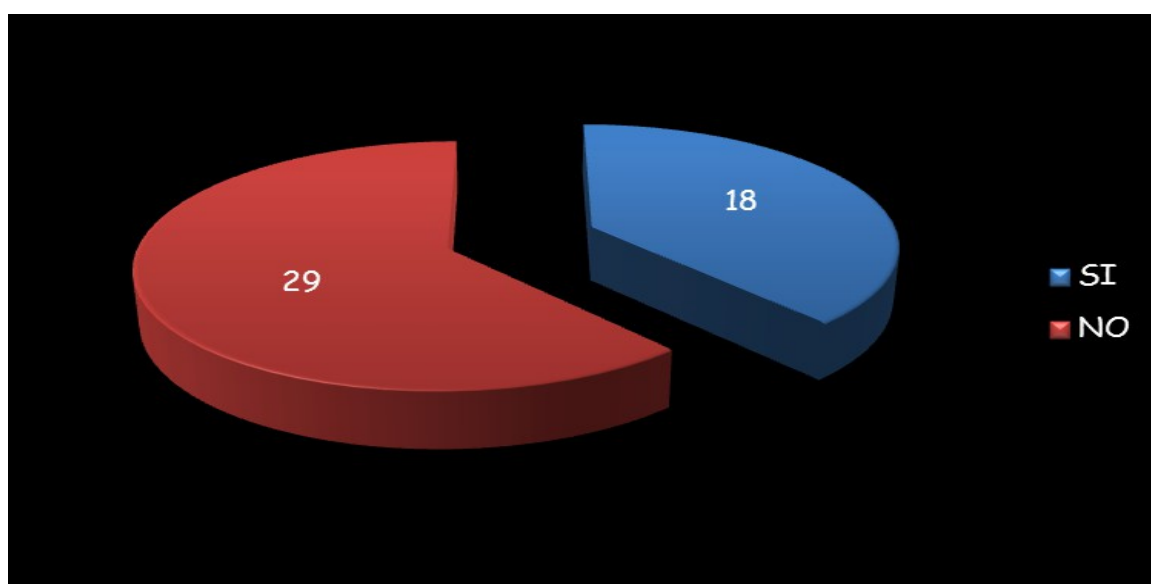
Efectos de esta inapetencia son los resultados bajos en crecimiento en ventas, infraestructuras, generación de empleo, estrategias de diferenciación y posicionamiento de mercado, puesto que, si no poseen las herramientas conceptuales necesarias para llevar a cabo estas variables no se podrá percibir un crecimiento en estas.

14. EVALUACION DE PROYECCION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN PRADERA AL AÑO 2015

En este capitulo se le dará énfasis a la expectativa de crecimiento empresarial de las Mipymes en el Municipio de Pradera, la recolección de la información se dio igual que el capitulo anterior basado en un instrumento de captación de información como lo son **47 encuestas**, buscando conocer la proyección que estas tienen en aumentar en ventas, infraestructura y generación de empleo.

14.1 ¿Considera que la empresa esta en capacidad de vincular mas personal en el año 2015?

Grafica 32. Clasificación según la capacidad de vincular personal



Fuente: Diseño del autor

A la consulta de capacidad de vincular mayor personal hecha a los empresarios de Pradera, arrojó un resultado de un **62 %** de ellos que consideran que no tienen la capacidad de contratar un mayor número de colaboradores, a diferencia de un **38 %** de los empresarios que creen que si pueden contar con mas personal en sus empresas.

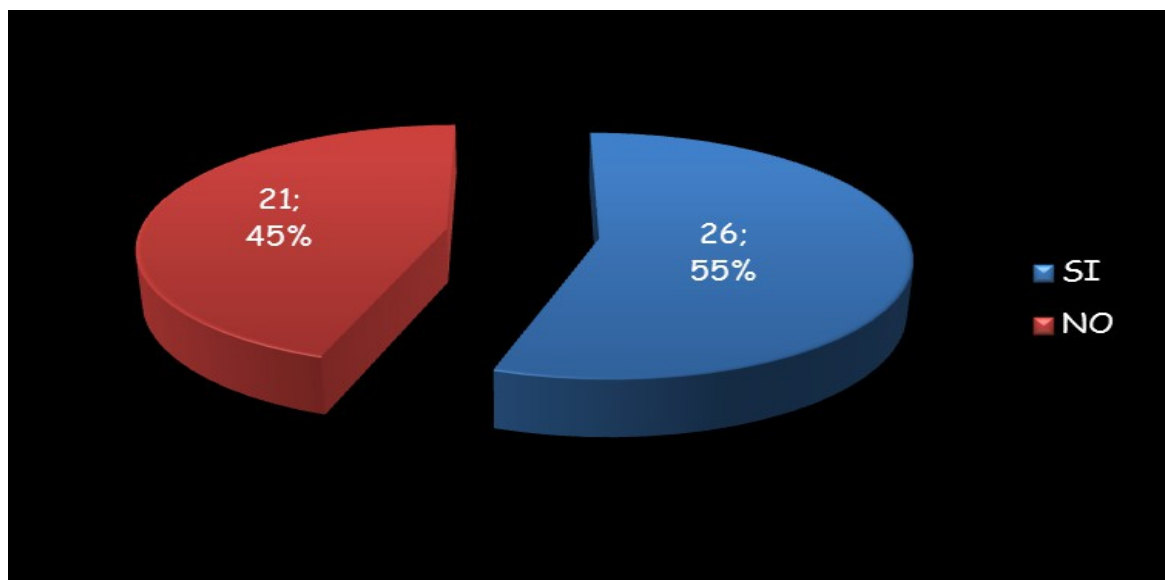
En cuanto al **38 %** de los empresarios que brindaron una respuesta positiva a la interrogante, se puede agregar que dieron esta respuesta, debido a que, algunas de estas organizaciones están teniendo un crecimiento en sus ventas por ende

necesitan mayor personal para suplir la demanda esperada, además de que proyectan una expansión de sus instalaciones.

Respecto al **62 %** de respuestas negativas, son debidas al mínimo crecimiento percibido por los empresarios de sus empresas a través del tiempo, además que consideran que la dinámica empresarial en el municipio no permite que las organizaciones piensen en incrementar su capital humano de trabajo.

14.2 ¿Desea implementar estrategias de diferenciación en el año en 2015?

Grafica 33. Clasificación estrategias de diferenciación 2015



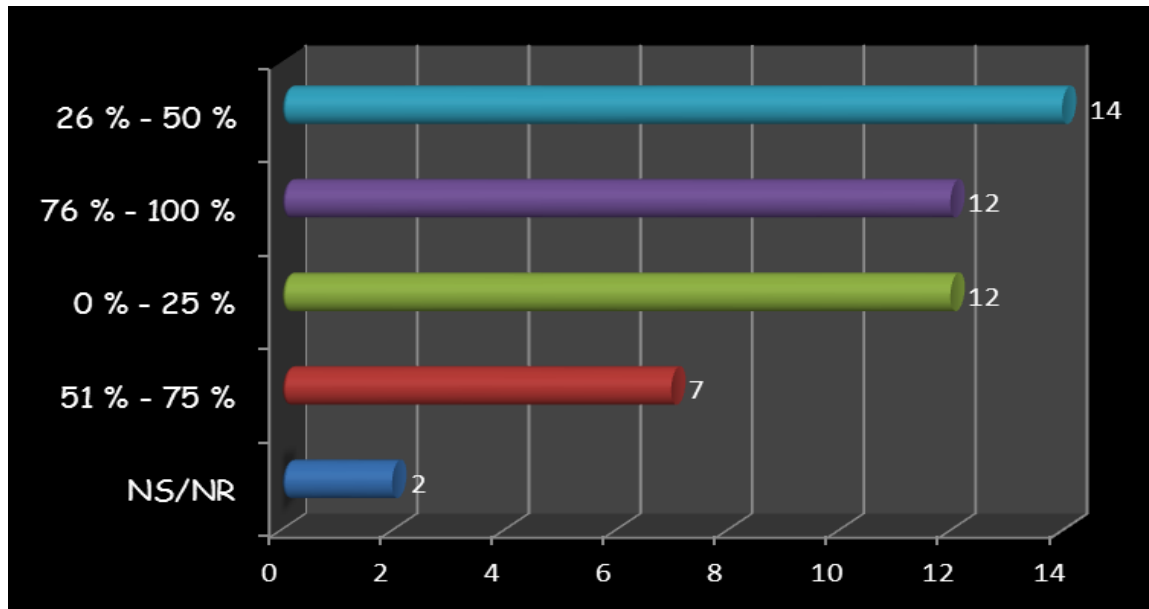
Fuente: Diseño del autor

La tendencia en cuanto a proyección de implementación de estrategias de diferenciación al año 2015 es hacia la respuesta positiva, debido a que un **55 %** de la muestra desean implementar estrategias, entre las más mencionadas están la publicidad, promociones, facilidades de pago, estrategias de mercado, entre otras.

La respuesta positiva no esta tan alejada en porcentajes de la positiva, puesto que, el **45 %** de los empresarios encuestados informaron que no desean implementar estrategias de diferenciación en sus empresas. Esta respuesta negativa se presenta debido a diversas razones, entre las cuales esta el poco conocimiento que estos poseen de las estrategias de diferenciación que se pueden aplicar, además que consideran que ya han implementado lo necesario para dar a conocer y diferenciarse de las demás empresas.

14.3 ¿Cuál es la proyección de crecimiento en ventas (ingresos) anuales de empresa para el final del año 2015?

Grafica 34. Clasificación proyección de crecimiento en ventas



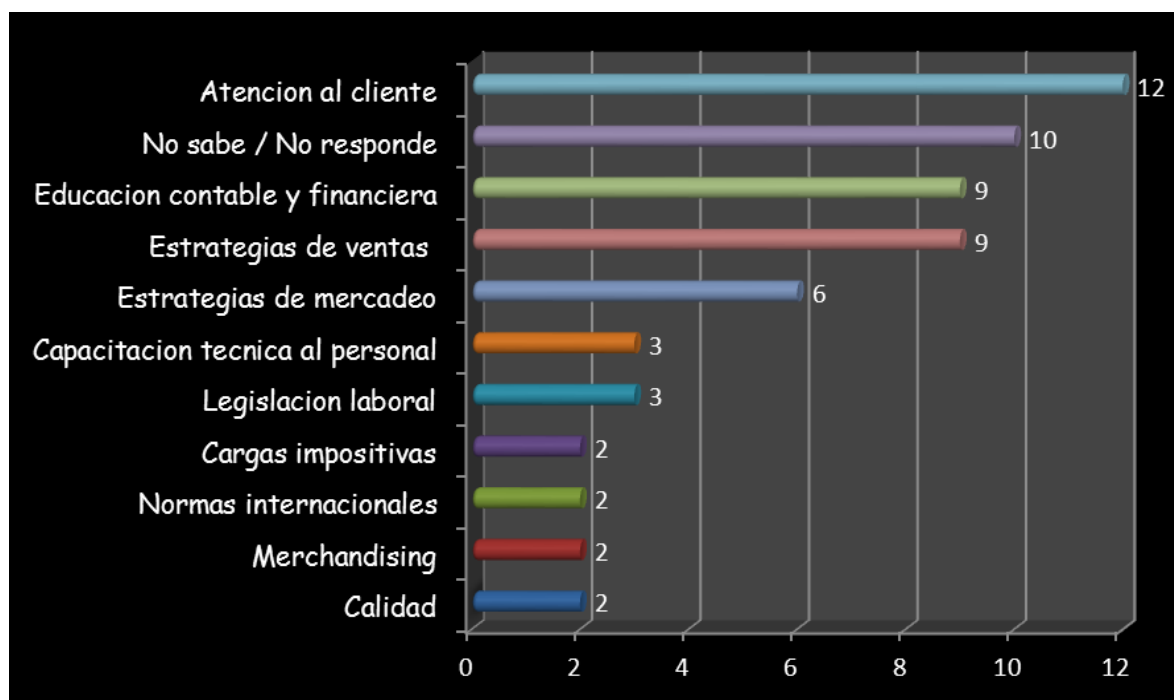
Fuente: Diseño del autor

La proyección de crecimiento en ventas esperado para el final del año 2015 por las empresas en el Municipio de Pradera se encuentra repartida entre las diferentes categorías, un **30 %** de las organizaciones consideran que pueden alcanzar un crecimiento entre el **26 %** y el **50 %** siendo la ponderación mas alta de la muestra, seguido por las categorías de **76 %** al **50 %** y el **0 %** al **25 %** que constituyen cada una el **25 %** de las respuestas suministradas y la tercera en representación es la clase en el cual se encuentra las ponderación entre **51 %** y **75 %** que constituyen al **15 %** de los encuestados.

Al ver estos resultados es rescatable que se tenga proyectado un crecimiento en ventas por parte de los empresarios, lo cual por ende jalonara las otras variables a crecer, sin embargo estos resultados deben ser analizados con mucho cuidado, puesto que dichas respuestas son mas inclinadas al deseo que a la realidad del crecimiento. Los empresarios en sus respuestas decían la situación esta complicada para la empresa pero hay que pensar en positivo, esta es la razón por la cual hay que ser sumamente reservados con estos resultados.

14.4 ¿Que tipos de programas (Capacitaciones, asesorías, proyectos) le gustaría que ofreciera las instituciones de soporte de las empresas (Cámara de Comercio, Alcaldía, SENA y demás) en Pradera?

Grafica 35. Clasificación según las capacitaciones requeridas



Fuente: Diseño del autor

A la pregunta acerca de los programas o capacitaciones que les gustaría que ofrecieran en Pradera, **12** de los empresarios del Municipio coinciden que se debería dictar capacitaciones en **ATENCIÓN CLIENTE**, resultado que coincide con la actividad económica preponderante en el Municipio como lo es el comercial, que necesita una gran capacidad en el trato con las personas.

El segundo resultado arrojado en la encuesta con **10** empresarios es la opción de **NO SABE / NO RESPONDE**, respuesta que nos debe dejar preocupados dado el desinterés y el desconocimiento que poseen los empresarios del municipio de Pradera, acerca de las herramientas que pueden favorecer el crecimiento de las empresas.

Comparten la tercera clasificación con **9** respuestas cada uno, la **EDUCACION CONTABLE – FINANCIERA** y la capacitación en **ESTRATEGIAS DE VENTAS**, seguidos por la **ESTRATEGIAS DE MERCADEO** que con **6** respuestas completa los 4 resultados más significativos a la interrogante.

Otras de los requerimientos de los empresarios son **CAPACITACIONES TECNICAS** de los colaboradores, **LEGISLACION LABORAL**, **IMPUESTOS**, **NORMAS INTERNACIONALES**, **CALIDAD**, **SALUD OCUPACIONAL**, **CRECIMIENTO Y SOSTENIMIENTO EMPRESARIAL**, entre otras.

Es importante esclarecer que capacitaciones relacionadas con el **CRECIMIENTO Y SOSTENIMIENTO EMPRESARIAL**, **ESTRATEGIAS DE VENTAS**, **ATENCION AL CLIENTE**, entre otras capacitaciones citadas por los empresarios ya son brindadas por la Camara de Comercio de Palmira y Pradera, el desconocimiento de estos es dado a la no participación de las empresas en estos programas.

Con el fin de fundamentar lo planteado anteriormente, se presenta una relación de las capacitaciones ofrecidas en los años 2013 - 2014 en el Municipio de Pradera y el número de participantes en cada una de ellas.

CUADRO 3. CAPACITACIONES OFRECIDAS POR LA CAMARA DE COMERCIO EN PRADERA 2013

Titulo	Fecha	Lugar	# Asistentes
Las empresas familiares: Claves en el desarrollo empresarial Colombiano.	21/03/13	Auditorio Camara de comercio Pradera.	16
¿Seguimos vendiendo como en la prehistoria?	25/04/13	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	27
¿Cómo crear empresa para proyectarse en el mundo empresarial?	30/05/13	Auditorio Camara de comercio Pradera.	32
¿Cómo predecir la situación financiera de su organización a través de los estados financieros?	27/06/13	Auditorio Camara de comercio Pradera.	25
Genere ideas creativas e incremente su productividad a través de los mapas mentales.	25/07/13	Auditorio Camara de comercio Pradera.	26

Planeación estratégica: una cultura orientada al logro de los objetivos.	29/08/13	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	36
El clima laboral determinante para el éxito de su empresa.	26/09/13	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	40
La gestión de la calidad para el fortalecimiento de su empresa.	31/10/13	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	22
¿Qué sería de su negocio sin clientes? LA PASION POR EL CLIENTE.	28/11/13	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	26

Fuente: Actualización empresarial municipio Cámara de Comercio Palmira.

CUADRO 4. CAPACITACIONES OFRECIDAS POR LA CAMARA DE COMERCIO EN PRADERA 2014

Titulo	Fecha	Lugar	# Asistentes
Claves para potenciar sus ventas.	27/03/14	Auditorio Camara de comercio Pradera.	28
Gestione su clima laboral a través del compromiso de su gente.	24/04/14	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	30
VISALMERCHANDISING: Lo que su cliente quiere ver.	29/05/14	Auditorio Camara de comercio Pradera.	15
Como crear ambientes altamente motivadores.	03/07/14	Auditorio Camara de comercio Pradera.	14

Indicadores de gestión, claves para productividad organizacional.	31/07/14	Auditorio Camara de comercio Pradera.	14
La pasión por el cliente.	28/08/14	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	18
Redes sociales como plataforma para posicionar su empresa.	25/09/14	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	17
Planeación prospectiva, la visión de su empresa en el futuro.	30/10/14	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	69
Innovación Empresarial: 360° de pensamiento, perspectivas, retos y grandes oportunidades.	27/11/14	Auditorio Camara de comercio de Pradera.	39

Fuente: Actualización empresarial municipio Camara de Comercio Palmira.

Los anteriores cuadros muestran con claridad la variabilidad y la cantidad de capacitaciones ofrecidas en pro del desarrollo de las empresas, en algunas de ellas la participación fue masiva, por ejemplo la de PLANEACION PROSPECTIVA que tuvo una participación de 69 personas, mientras que en otras hubo una participación baja como en la de INDICADORES DE GESTION, VISUALMERCHANDISING que conto con 15 asistentes, entre otras.

15. CONCLUSIONES

- La caracterización de las Mipymes en el Municipio de Pradera Valle presento una alta complejidad, puesto que NO existe una concordancia entre la cantidad de empresas que componen el sector empresarial del municipio. Por un lado se puede encontrar que en la base de datos que

posee la Secretaria de Hacienda Municipal de Pradera cuenta con **934** empresas en el área urbana, mientras que en la composición empresarial del año 2013 y en las bases de datos de la Camara de Comercio de Palmira se pueden encontrar **416** y **464** establecimientos en el área urbana respectivamente.

- Las Mipymes en el Municipio de Pradera NO cuentan con la cultura de realizar la renovación obligatoria de la matricula mercantil que permite a las empresas seguir desarrollando la actividad empresarial, sin embargo a pesar que las organizaciones conocen que no pueden funcionar sin dicha renovación, aproximadamente el 40 % de las empresas realizan la renovación anual de la matricula mercantil.
- Al lograr una unificación entre los datos de la Alcaldía Municipal y la Camara de Comercio con referencia a la composición empresarial del municipio de Pradera, se puede llegar a la conclusión de que Pradera es un Municipio que se caracteriza por tener un sector empresarial que:
 - ✓ Cuenta con un número mayoritario de **Microempresas**.
 - ✓ Posee **activos** por debajo de los **500 SMLV**.
 - ✓ Se dedican a la **comercialización al por mayor y menor** de bienes y servicios.
 - ✓ Poseen un **ciclo de vida** superior a los **10** años.
 - ✓ El ente jurídico mayoritario son las **personas naturales**.
 - ✓ Mipymes dirigidas por personas con un nivel académico **bachiller**.
- Al realizar una triangulación entre la información teórica que se puede encontrar acerca del tema de crecimiento empresarial y la información recolectada a través de las entrevistas realizadas a algunos empresarios y personas ligadas a entidades encargadas del soporte de las empresas en el Municipio de Pradera, se puede concluir y reafirmar que los factores con mayor preponderancia al momento de efectuar una evaluación de crecimiento empresarial son: las **VENTAS**, la **GENERACION DE EMPLEO**, la **DIFERENCIACION** y los **ACTIVOS** poseídos por la organización.

- En relación a los resultados arrojados por la encuestas aplicadas a los empresarios de las Mipymes de Pradera, se puede ultimar que las empresas del Municipio entre los años de 2013 y 2014 NO han presentado un crecimiento significativo en aspectos como la **generación de empleo** en el cual un **57 %** de las organizaciones no han logrado superar la barrera de los **3** colaboradores y en el caso de los **activos** específicamente la **infraestructura** NO se percibe un cambio en el espacio en el cual funcionan las empresas puesto que el **55 %** de estas aun realizan sus actividades laborales en **locales alquilados**.
- Lo correspondiente al **crecimiento en ventas** por parte de las Mipymes en Pradera, se puede concluir que las empresas consideran han logrado un crecimiento por debajo del 50 %, puesto que aproximadamente el 70 % de los encuestados consideran que han tenido un crecimiento en ventas dentro de este rango. Sin embargo, al tener en cuenta los esfuerzos en pro de diferenciarse de las empresas y los años en funcionamiento que ellas poseen, se puede considerar que el crecimiento obtenido por las Mipymes es insuficiente tomando en consideración los factores antes mencionados (Ciclo de vida y diferenciación).
- El crecimiento esperado por las empresas en los factores evaluados es relativamente bajo, puesto que lo proyectado en **crecimiento en ventas** se encuentra por debajo del **25 %**, en cuanto a la consideración de **aumentar el numero de colaboradores** en las empresas es inferior al 40 %, por ende la capacidad de lograr una expansión en la **infraestructura física** de la empresa es nula.

Se opta por usar la expresión “crecimiento esperado”, debido a que se pudo apreciar en el momento de la ejecución de la encuesta que los empresarios Pradereños más que proyectar el crecimiento de las ventas, tienen la esperanza o esperan que el crecimiento se obtenga en el año 2015.

- En la aplicación de las entrevistas a personas relacionadas con el apoyo de las empresas en Pradera, se pudo encontrar que se esta formando una MESA DE DESARROLLO LOCAL, ASUNTOS TRANSVERSALES Y EMPLEO del Municipio de Pradera, dicha mesa la encabeza el Secretario de Desarrollo Social del Municipio de Pradera, algunos miembros de la Camara de Comercio de Palmira, cuenta con el acompañamiento del Ministerio de Trabajo y la Fundación Caicedo González. Además participan

algunos empresarios y representantes de asociaciones, universidades, cajas de compensación familiar.

16. RECOMENDACIONES

- Hacer entrega de un documento en el que se presente un resumen ejecutivo a entidades encargadas del soporte y desarrollo de las Mipymes

en Pradera, como lo son la Secretaria de Acción Social de la Alcaldía Municipal y la Camara de Comercio asentada en el Municipio, escrito en el cual se presentara algunos datos recolectados mediante la investigación acerca del crecimiento empresarial de las Mipymes de Pradera.

- Realizar un censo empresarial conjunto entre la Camara de Comercio y la Alcaldía Municipal aprovechando la conformación de la Mesa de desarrollo local y empleo en pro del desarrollo empresarial de las Mipymes en Pradera, con el fin que se ejecute una caracterización unificada del sector empresarial Pradereño. Además de poder conocer de primera mano el nivel de informalidad empresarial que se presentan en el Municipio, de igual forma evidenciar la aplicación de políticas publicas en beneficio de las Mipymes.
- Encontrar mecanismos alternativos con el fin de dar a conocer y aumentar la participación de los empresarios en los diferentes programas ofrecidos principalmente por la Camara de Comercio de Pradera.

Una alternativa recomendada en la aplicación del instrumento de recolección de información (Encuesta), es la de ofrecer capacitaciones practicas en las cuales los propietarios y colaboradores puedan fortalecer las destrezas en sus puestos de trabajo.

Otro mecanismo que puede ser usado para atraer a la participación masiva a los programas y capacitación promovidos por las entidades encargadas de la promoción y desarrollo de las Mipymes en Pradera, es la disminución o exoneración impositiva de aquellas empresas que demuestren una participación activa en los programas, además de mostrar la aplicación de lo aprendió en las diferentes capacitaciones ofrecidas en pro del crecimiento empresarial, para lograr acreditarse dichas disminuciones o exoneraciones impositivas. La evaluación del éxito de la estrategia y de la aplicación de exoneraciones o reducciones de cargas impositivas se puede realizar mediante la evaluación del crecimiento de las empresas participantes de los programas y la generación de empleo en el Municipio.

- Una vez que puedan lograr la atracción de los empresarios a los programas y capacitaciones ofrecidos en Pradera, se recomienda hacer énfasis en capacitaciones que eleven la capacidad que tienen los empresarios y colaboradores de las empresas de poder evaluar y proyectar las posibilidades que tienen los establecimientos de obtener un crecimiento empresarial primordialmente en el rubro de las ventas, además de ofrecer

capacitaciones que sirvan como guía para el logro de la diferenciación y posicionamiento empresarial.

BIBLIOGRAFIA

ALTIERI, Stefania; COMAS, Lucia y TILVE, Patricia. Ciclo de vida, etapas de crecimiento y estrategias de sustentación de empresas de transporte carretero en

el Uruguay. Trabajo de investigación monográfica Contador Publico. Montevideo Uruguay. Universidad de la Republica. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. 2010. 140 p. [en línea]. [Fecha de consulta: 16 de Mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.ccee.edu.uy/bibliote/monografias/2010/M-CD4186.pdf>.

Así están ganando los egresados [Anónimo]. En: Revista Dinero [en línea], Junio 2013. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.dinero.com/Imprimir.aspx?idItem=187544>.

BLÁZQUEZ SANTANA, Félix; DORTA VELÁZQUEZ, José Andrés y VERONA MARTEL, María Concepción. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración [en línea] 2006, 19 (enero-junio): [Fecha de consulta: 16 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>. ISSN 0120-3592. p. 30.

CARDONA ACEVEDO, Marleny; GAMBOA, Carlos Andrés y OSORIO GARCIA, Ana Roció. CICLO DE VIDA y localización espacial de las firmas en Colombia. En: Revista Universidad EAFIT [en línea], 2005, no.137. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/viewFile/837/746>. p.15.

CASTILLO MARTIN, Patricia. Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. En: Revista internacional del mundo económico y del derecho [en línea]. 2011. no. 3. pág. 1-12. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2014]. Disponible en: <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>. p.12.

COLOMBIA. HONORABLE CONSEJO MUNICIPAL PRADERA VALLE. Acuerdo No. 006. (14, Junio, 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo para el Municipio de Pradera – Valle del cauca “Tu también cuentas la maquinaria del progreso”. Pradera Valle. 2012. p. 1-266. [En línea]. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2014]. Disponible en: http://www.pradera-valle.gov.co/apc-aa-files/34353136316661336639366562633534/ACUERDO_No.006_PLAN_DESARROLLO_2012_2015.pdf. p. 268.

Desigualdad económica de las regiones [Anónimo]. En: Revista Semana [en línea], Octubre 2013. [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/crecimiento-economico-departamentos/361568-3>.

Economía se desaceleró más de lo esperado [Anónimo]. En: Portafolio. [En línea]. (20, Diciembre, 2012). [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014] Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-el-tercer-trimestre-del-2012>.

EFE. Informalidad de las pymes provoca competencia desleal. En: Noticias Caracol [en línea]. (28, Mayo, 2009). [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://m.noticiascaracol.com/economia/articulo140449-informalidad-de-pymes-provoca-competencia-desleal>.

_____, El 68% de la población laboral activa en Colombia es informal. En: El espectador. [En línea]. (30, Abril, 2013). [En línea]. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/el-68-de-poblacion-laboral-activa-colombia-informal-articulo-419329>

Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas. GRUPO BANCO MUNDIAL. 2014. Reportes anuales: ed. 11. [En línea]. [Fecha de consulta: 23 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB14-minibook-spanish.pdf>

Fomento a la cultura de emprendimiento. COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014. (26, Enero, 2006). Ley 1014 de 2006. Diario oficial. Bogotá D.C., 2006. No. 46164. [En línea]. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014] Disponible en: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331

GALINDO MARTIN, Miguel Ángel. Crecimiento económico. Revista Ice. [En línea], Febrero 2011, No. 858. [Fecha de consulta: 08 de Octubre de 2014]. Disponible en: http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_39-56_8C514DA83EDE4E6BB9EA8213B6E44EBE.pdf. p. 18.

GALVEZ, Edgar, Julián *et al.* Características y factores de éxito de las MIPYMES en el sur occidente Colombiano. En: CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPIRITU EMPRESARIAL. (18, 17-19, Abril, 2013: Cali, Colombia). Informe FAEDPYME Región Sur Occidente – Colombia. [En línea]. [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.gaedpyme.upct.es/noticiasred23.php>.

GARCÍA SIERRA, Alfredo. La mortalidad empresarial se ha reducido en el país: Confecamaras. En: El País. [En línea]. (5, Septiembre, 2013). [Fecha de consulta: 08 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/mortalidad-empresarial-ha-reducido-pais>.

GARAY SALAMANCA, Luis Jorge [en línea]. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Edición virtual del libro de Luis Jorge Garay. Bogotá D.C: 1998. [En línea]. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/204.htm#a6>.

HURTADO RIATEGUI, GISELLE y DUQUE NOSSA, MONICA. Estudio del clúster de Restrepo, hacia la competitividad y la responsabilidad social empresarial. Tesis de especialización en Gestión Empresarial. Bogotá: Universidad Politécnico Gran Colombiano. 2015. p. 3. [En línea]. [Fecha de consulta: 18 de Febrero de 2014] Disponible en: <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/673/1/RSE%20Sinergia%20Consultores%20MC.pdf>. p. 87.

Indicadores composición empresarial 2012. CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA. Palmira Valle. 2013. Estudio de composición empresarial. [En línea]. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Composicionempresarial2013D.pdf>.

LEIVA BONILLA. Juan Carlos. PYMES. Ciclo de vida y etapas de desarrollo. En: Fundación Dialnet. [En línea], 2006, No. 1. [Fecha de consulta: 01 de Marzo de 2014]. Disponible en: [file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Dialnet-PYMES-2881106%20\(6\).pdf](file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Dialnet-PYMES-2881106%20(6).pdf). p. 5.

Ley de Formalización y Generación de empleo. COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1429. (29, Diciembre, 2010). Ley 1429 de 2010. Diario oficial. Bogotá D.C., 2010. No. 47937. [En línea]. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

LIGNY DE, Nicolás. Pymes las reinas olvidadas. En: Revista Humanum. [En línea], Enero 2013. [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.revistahumanum.org/blog/pymes-economia-problemas-america-latina/>.

MALDONADO ATENCIO, Alexander Alfonso. La evolución del crecimiento industrial y transformación productiva en Colombia 1970-2005: patrones y determinantes. Tesis de Magister en Economía. Bogotá D.C Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas. 2010. 69 p. [En línea]. [Fecha de consulta: 16 de Marzo de 2014]. Disponible en: [http://www.bdigital.unal.edu.co/2021/1/TESIS_ORIGINAL_OCTUBRE_12_\(1\).pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/2021/1/TESIS_ORIGINAL_OCTUBRE_12_(1).pdf). p. 69.

MARTINEZ RODRIGUEZ, Santiago. Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España. En: Reunión del grupo de trabajo de crecimiento empresarial del observatorio de la Pyme (1; 22, Julio: España). Ministerio de Industria, turismo y comercio, 2010. p. 1-25. [En línea]. [Fecha de consulta: 08 de Octubre de 2014]. Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/CompetitividadInnovacionEmpresasCrecimiento.pdf>. p. 27.

Mipymes: Verdadero motor económico del país. ACOPI Valle del Cauca. En: VISION MIPYME – Revista Institucional [en línea], (2013, Julio). [Fecha de consulta: 28 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://acopivalle.com.co/project/vision-mipyme-revista-institucional/>.

Política de inversión en infraestructura: Bases para una propuesta. CHILE. CONSEJOS DE POLÍTICAS DE INFRAESTRUCTURA. [En línea]. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2014]. Disponible en: <http://www.infraestructurapublica.cl/sitio/wp-content/uploads/Bases-para-una-propuesta-FINAL.pdf> . p. 40.

PORTER E. Michael. Estrategia competitiva: Conceptos básicos. En: Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Sexta reimpresión. México: Grupo editorial patria, 2007. p. 547.

Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana y se dictan otras disposiciones. COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 905. (02, Agosto, 2004). Ley 905 de 2004. Diario oficial. Bogotá D.C., 2004. No. 45628. [En línea]. [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://web.presidencia.gov.co/leyes/2004/agosto/Ley%20No.%20905.pdf>.

Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Modificado por la Ley 905 de 2004). COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590. (10, Julio, 2000). Ley 590 de 2000. Diario oficial. Bogotá D.C., 2000. No. 44078. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>.

Producto Interno Bruto Manufactura del Valle del Cauca. COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION. Año. 2 ed. Valle del Cauca: ARROYO MINA, José Santiago. 2013. 09 p. [en línea]. [Fecha de consulta: 20 de Marzo de 2014]. Disponible en: file:///D:/Doc%20Personales/Downloads/Estudios_Socioecon%C3%B3micos_No._2._PIB_e_Industria_Manufacturera..pdf. ISSN 2346-0954.

RAMIREZ ACOSTA, Eloy Samuel. Mercado interno y desarrollo económico en America Latina. En: Zona económica [en línea]. Junio 2008. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/desarrollo-america-latina/conclusiones>

RODRIGUEZ, Astrid Genoveva [en línea]. La realidad de la Pyme Colombiana. Desafío para el desarrollo. Fundes Colombia, 2013. [En línea]. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>. ISBN 958-33-8278-0. p. 186.

ROMANO SFORZA, Omar. PYMES colombianas. En: Embapilar [en línea]. Julio 2013. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.embapilar.com/pymes-colombianas/>.

ROJAS-SUAREZ, Liliana. Promoviendo el acceso a los servicios financieros: ¿Qué nos dicen los datos sobre Bancarización en América Latina? En: Federación latinoamericana de Bancos. [En línea]. [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014]. Disponible en: http://www.felaban.com/pdf/servicios_financieros.pdf. p. 38.

SAMUELSON, Paul y NORDHAUS, William. Microeconomía. Decimoctava ed. Madrid: McGraw-Hill. 2006. ISBN 84-481-5155-0. p. 391.

SANTA MARIA, Patricia Cárdenas. Las Pymes: vitales para la recuperación del crecimiento económico. En: Proyecto grupo de internet Universidad Sergio Arboleda [en línea], Abril 2002. [Fecha de consulta: 01 de Agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.usergioarboleda.edu.co/pymes/noticia8.htm>. p.

SAPAG CHAIN, Nassir. Evaluación de proyectos de inversión en la empresa [en línea]. Argentina. Pearson Education S.A. 2001. p. [En línea]. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2014]. Disponible en: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/210104/Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion-En-La-Empresa-Sapag-Chain-Nassir.pdf>. p. 302.

SARMIENTO PALACIOS, Eduardo. Salvemos el país y hundamos el modelo. En: Foro Nacional por la Salvación Agropecuaria (2: 9-10, Junio: Ibagué, Colombia). 1999. [en línea]. [Fecha de consulta: 03 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://cedetrabajo.org/wp-content/uploads/2012/08/25-11.pdf>. p. 7.

_____, La crisis del euro y el TLC. En: El cerealista. Abril, 2012. [En línea]. [Fecha de consulta: 10 de Marzo de 2014]. Disponible en: http://www.fenalce.org/arch_public/actual101.pdf. p. 3.

Solo el 12 por ciento de las Pymes tiene acceso al crédito [Anónimo]. En: Portafolio. [En línea]. (5, Abril, 2013). [Fecha de consulta: 26 de febrero de 2014].

Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/solo-el-12-ciento-las-pymes-tiene-acceso-al-credito>.

SOTO FLOREZ, María Del Rosario y MEDELLIN CABRERA, Enrique Alberto. La innovación y el empresariado innovador en Drucker, 2010. (La sociedad postindustrial y el trabajador del conocimiento). ISBN 978-607-95030-7-9. [En línea]. Disponible en: http://www.concyteg.gob.mx/formulario/MT/MT2010/MT15/SESION2/MT152_RSO_TOF_261.pdf. p. 19.

Un buen año para la economía [anónimo]. En: Revista Semana [En línea], Diciembre 2013. [Fecha de consulta: 07 de Marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/balance-de-la-economia-colombiana-en-2013/369104-3>.

¿Qué son los bancos de segundo piso. CORPORACION FINANCIERA COLOMBIANA S.A [Anónimo]. Glosario. [En línea]. [Fecha de consulta: 25 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.corficolombiana.com/WebCorficolombiana/paginas/documento.aspx?idd=1631&idr=1381>.

ANEXOS

ANEXO A. Oficio de petición a la Secretaria de Hacienda de Pradera – Valle.



**REPUBLICA DE COLOMBIA
ALCALDIA MUNICIPAL
PRADERA VALLE
NIT. 891380115-0
SECRETARIA DE HACIENDA**

Pradera, Marzo 07 de 2014
SH 180- 53-04-46

Señor:
WILSON GEOVANNY ZAMORA
Estudiante Universidad del Valle
Programa Administración de Empresas
Ciudad

Asunto: Respuesta a solicitud enviada el 04 de marzo de 2014, recibida el día 06 de marzo de 2014, radicado 1814.

Dando respuesta a su solicitud me permito informarle que los contribuyentes presentan sus declaraciones de acuerdo a sus ingresos anuales y no sobre los activos totales. Respecto a la cantidad de establecimientos, tamaño que existen en la zona urbana me permito informarle:

**ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO DEL MUNICIPIO DE PRADERA A
DICIEMBRE 2013**

ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
COMERCIALES	574	61,46%
SERVICIOS	332	35,55%
INDUSTRIALES	21	2,25%
FINANCIEROS	7	0,75%
TOTAL	934	100%



Calle 6 Carrera 11 Esquina
Teléfonos: (092) 2672653
(092) 2672155





REPUBLICA DE COLOMBIA
ALCALDIA MUNICIPAL
PRADERA VALLE
NIT. 891380115-0
SECRETARIA DE HACIENDA

**CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES SEGÚN
ACTIVIDAD ECONOMICA (COMERCIALES)**

CODIGO	NOMBRE	CANTIDAD	PORCENTAJE
201	Tiendas y Misceláneas minoristas	177	30,84%
203	Supermercados, depósitos, electrodomésticos	3	0,52%
205	Las demás actividades comerciales	11	1,92%
20201	Ventas de alimentos	16	2,79%
20202	Venta de insumos y productos agropecuarios	18	3,14%
20204	Droguerías y venta de medicamentos	8	1,39%
20205	Ventas de textiles, prendas de vestir, calzado	8	1,39%
20207	Ferreterías y materiales de construcción	11	1,92%
20208	Llantas y repuestos para vehículos	2	0,35%
20209	Cacharrerías y misceláneas	17	2,96%
20211	Venta de pinturas	3	0,52%
20213	Otras actividades comerciales	39	6,79%
20301	Supermercados, bodegas y depósitos	10	1,74%
20303	Ventas de combustibles, lubricantes y gas	4	0,70%
20304	Distribución y venta mayor cerveza, licores y gaseosas	3	0,52%
20305	Estando y ventas y licores al detal	15	2,61%
20306	Perfumerías y cosméticos	3	0,52%
20503	Joyerías y Platerías	4	0,70%
20504	Venta de materas y accesorios	1	0,17%
20505	Ventas de flores y viveros	4	0,70%
2020101	Graneros	8	1,39%
2020102	Tiendas de víveres y abarrotes	2	0,35%
2020103	Panaderías	30	5,23%
2020104	Famas, expendios de carnes y vísceras	12	2,09%
2020301	Papelerías	10	1,74%
2020401	Farmacias	7	1,22%
2020402	Droguerías y depósito de drogas	2	0,35%
2020501	Almacenes en general: de telas, ropa	34	5,92%
2020502	Producción de prendas de vestir y calzado	4	0,70%



Calle 6 Carrera 11 Esquina
Teléfonos: (092) 2672653
(092) 2672155





REPUBLICA DE COLOMBIA
ALCALDIA MUNICIPAL
PRADERA VALLE
 NIT. 891380115-0
SECRETARIA DE HACIENDA

30308	Contratista, constructores de vivienda	6	1,81%
30309	Otras actividades de servicio	51	15,36%
30401	Servicio de consultoría profesional	2	0,60%
30403	Servicio interventoria, construcción y urbanización	1	0,30%
30404	Alquiler de películas, videos y juegos	10	3,01%
30405	Televisión por cable y radiodifusión y P	1	0,30%
30408	Bares, discotecas, estaderos, tabernas	9	2,71%
30409	Juegos permitidos, billares, sapos, galleras	5	1,51%
30501	Bañeros públicos	5	1,51%
30503	Parqueaderos	7	2,11%
30504	Salones de belleza y peluquería	30	9,04%
30505	Servicios funerarios	3	0,90%
30506	Otras actividades de servicio	18	5,42%
3030401	Hoteles	3	0,90%
3030403	Restaurantes, cenaderos y expendios de comidas	18	5,42%
3030501	Laboratorios, clínicas, centros odontológicos	6	1,81%
3030701	Sastrerías, artesanías, zapaterías	2	0,60%
3030702	Talleres y reparaciones eléctricas	10	3,01%
3040401	Salas de cine y tiendas de videos	3	0,90%
3040501	Radiodifusión por cable y radiodifusión y p	4	1,20%
3040601	Talleres mecánicos de automóviles y afines	9	2,71%
3040701	Hoteles, casas de huéspedes y similares	2	0,60%
3040702	Servicio de moteles, hospedajes, amoblados	3	0,90%
3040801	Expendio de bebidas, grilles, discotecas	4	1,20%
3040802	Bares, discotecas y similares	11	3,31%
3040901	Juegos de sapo, tejo, bingos y similares	16	4,82%
3041001	Casas de empeño y retroventas	13	3,92%
TOTAL		332	100%



Calle 6 Carrera 11 Esquina
 Teléfonos: (092) 2672653
 (092) 2672155





REPUBLICA DE COLOMBIA
ALCALDIA MUNICIPAL
PRADERA VALLE
NIT. 891380115-0
SECRETARIA DE HACIENDA

**CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES SEGÚN
ACTIVIDAD ECONOMICA (INDUSTRIALES)**

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
101	Fabricación de panela no derivados del azúcar	2	9.52%
102	Fab, empaque y proc de alimentos	1	4.76%
103	Las demás actividades industriales	4	19.04%
10301	Actividades comerciales e ind de la caña de azúcar	2	9.52%
104	Las demás actividades industriales	12	57.14%
	TOTAL	21	100%

**CLASIFICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS SEGÚN
ACTIVIDAD ECONOMICA (FINANCIERA)**

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
402	Las demás entidades financieras	2	28,57%
40201	Bancos	2	28,57 %
40202	Cooperativas de ahorro	3	42,86%
	TOTAL	7	100%

Atentamente,

JOSE LUIS ESCOBAR
Secretario de Hacienda

C.C. Archivo



Calle 6 Carrera 11 Esquina
Teléfonos: (092) 2672653
(092) 2672155



ANEXO B. Instrumento de recolección de información (Encuesta)



EVALUACION DE CRECIMIENTO Y PROYECCION EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN EL MUNICIPIO DE PRADERA, VALLE

La siguiente encuesta es realizada por estudiantes de administración de empresas de la Universidad del Valle sede Palmira, la cual tiene como finalidad conocer el crecimiento y la proyección empresarial de las Mipymes en Pradera Valle, en aspectos como infraestructura, ventas y generación de empleo. Cabe resaltar que la información suministrada por los participantes de la encuesta es confidencial y solo será utilizada con fines académicos.

Nombre de la empresa _____

Nivel académico _____

1. ¿Hace cuantos años dio inicio su empresa? Si es más de 10 años indique cuantos.

- a) Menos de 1 año ☐
- b) Entre 1 y 5 años ☐
- c) Entre 5 y 10 años ☐
- d) Mas de 10 años ☐ Cuantos? _____

2. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?

- a) Industrial ☐
- b) Comercial ☐
- c) Agropecuaria ☐
- d) Servicios ☐
- e) Otra ¿Cuál? _____

3. ¿Cuál fue el recurso económico utilizado para iniciar la empresa?

- a) Recursos económicos propios ☐
- b) Préstamo de familiar y/o amigo ☐
- c) financiamiento de un banco comercial (Ej. Bancolombia) ☐
- d) Financiación de un banco de segundo piso (Ej. Finagro) ☐
- e) Otra ¿Cuál? _____

4. ¿Cómo financia actualmente su empresa los rubros de inversión, capital de trabajo y gastos operativos del negocio?

- a) Recursos económicos propios ☐
- b) Recursos generados por la empresa ☐
- c) financiamiento de un banco comercial (Ej. Bancolombia) ☐
- d) Financiación de un banco de segundo piso (Ej. Finagro) ☐
- e) Otra ¿Cuál? _____

5. ¿Con cuantos colaboradores comenzó su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

- a) De 1 a 3 ☐
- b) De 4 a 6 ☐
- c) De 7 a 10 ☐
- d) Mas de 10 ☐ Cuantos? _____

6. ¿Actualmente cuantos colaboradores posee su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

- a) De 1 a 3 ☐
- b) De 4 a 6 ☐
- c) De 7 a 10 ☐
- d) Mas de 10 ☐ Cuantos? _____

7. ¿Cuál es el nivel salarial promedio de sus colaboradores?

- a) Menos de 1 Salario mínimo legal vigente ☐
- b) Entre 1 y 2 Salario mínimos legales vigentes ☐
- c) Entre 2 y 3 Salarios mínimos legales vigentes ☐
- d) más de 3 Salarios mínimos legales vigentes ☐

8. ¿Considera que la empresa esta en capacidad de vincular mas personal en el año 2015?

SI ☐

NO ☐

Porque?

9. ¿De las siguientes opciones indique en que espacio dio inicio la empresa?

- a) Casa propia ☐
- b) Casa Alquilada ☐
- c) Local propio ☐
- d) local alquilado ☐

e) Otro ¿Cuál? _____

10. ¿Actualmente en que espacio funciona la empresa?

- a) Casa propia ☐
- b) Casa Alquilada ☐
- c) Local propio ☐
- d) local alquilado ☐

e) Otro ¿Cuál? _____

11. ¿Aproximadamente cuanto cree que ha crecido en ventas (ingresos) anuales la empresa desde el inicio de sus operaciones, hasta la actualidad?

- a) 0% - 25% ☐
- b) 26% - 50% ☐
- c) 51% - 75% ☐
- d) 75% - 100% ☐
- e) NS/NR ☐

12. ¿Cuál es la proyección de crecimiento en ventas (ingresos) anuales de empresa para el final del año 2015?

- a) 0% - 25% ☐
- b) 26% - 50% ☐
- c) 51% - 75% ☐
- d) 75% - 100% ☐
- e) NS/NR ☐

13. ¿Considera que la empresa ha implementado estrategias de diferenciación en los últimos 3 años?

SI ☐ NO ☐

Cuales?

14. ¿Desea implementar estrategias de diferenciación en el año en 2015?

SI ☐ NO ☐

Cuales?

15. ¿Conoce los programas ofrecidos por la Cámara de Comercio de Palmira y Pradera en pro del desarrollo de las empresas? Si su respuesta es positiva indique cuales.

SI ☐ NO ☐

Cuales?

16. Que tipos de programas (Capacitaciones, asesorías, proyectos) le gustaría que ofreciera las instituciones de soporte de las empresas (Cámara de Comercio, Alcaldía, SENA y demás) en Pradera.

Cual?

ANEXO C. Instrumento de recolección de información (Entrevista)

PERSONA ENTREVISTADA: FABIO PAVA Gerente general del AUTOSERVICIO MERCAPAVA S.A

¿Cuáles fueron las motivaciones para dar inicio a su empresa?

- Mercapava S.A es una empresa familiar que esta en su segunda generación, eso quiere decir que el fundador de la empresa fue mi padre, el siempre fue empresario toda la vida tuvo un granero, su motivación al inicio pienso que era para el sostenimiento de la familia, el origen de Mercapava es en 1982 cuando nuestro padre coloca un granero muy cerca de donde estamos actualmente y en ese momento se empieza a trabajar, en esa época había competencia muy fuerte por los graneros tradicionales de la época fue un comienzo duro, pero con la filosofía de mi padre, la creatividad, era innovador el granero fue adquiriendo mucha dinámica, sobretodo por que el quería tener de todo, un portafolio muy amplio. Para precisar la respuesta la motivación inicial de el fue el sostenimiento de la familia, esta empresa el la tuvo en 1982 y en 1988 decido venderla a los hijos, somos 3 dos hermanas y un hombre, desde el año de 1988 en adelante la seguimos manejando nosotros, desde ese momento la visión de nosotros seguía siendo el sostenimiento de la familia y formar una empresa con motivaciones de crecimiento.

Para usted ¿Qué es competitividad?

- La entiendo como una empresa que tiene algunas características en particular que hace mejor las cosas que otra, es una empresa que logra diferenciarse en aspectos como en el trato con los trabajadores, portafolio amplio, servicio al cliente, en si, es algo que hace una empresa mejor que su competencia.

¿Cree que su empresa es competitiva? ¿Por qué?

- Si considero que la empresa sea competitiva, por que si estamos hoy en el 2015 y la empresa fue creada en 1982, quiere decir que solamente no

hemos logrado sostenernos, si no que también hemos logrado tener un crecimiento.

¿Qué opinión le merece las oportunidades ofrecidas por el mercado Vallecaucano a las Mipymes?

- Inicialmente este municipio económicamente depende de la industria de la caña de azúcar, en la época no se encontraba tan tecnificado esta industria y generaba mucha mano de obra, mucho empleo y además algunas empresas del campo como trapiches, una empresa importante como Santa Anita (productora de huevos) y las fincas dedicadas a productos frutales, caña y otros de pancojer, esas son unas condiciones que ayudaron inicialmente, pero a través del paso de los años la industria azucarera ha ido generando menos empleo, entonces a generado algunas dificultades, debido a que muchas de las personas de pradera van a trabajar a los ingenios y eso ha ayudado a que la población se haya podido sostener.

¿Considera que las condiciones socioeconómicas que se presentan en el municipio de Pradera, permiten que las empresas puedan lograr un crecimiento empresarial sostenido?

- Pienso que si lo permite, con un menor ritmo crecimiento comparado con alguna ciudad, se puede lograr un crecimiento pero de una manera mas lenta.

¿Cuales son los factores a considerar para realizar una evaluación de crecimiento empresarial en Pradera?

- Uno de los factores que ha permitido particularmente el crecimiento de Mercapava ha sido la diferencia que a tenido Mercapava respeto a otras empresas que no tuvieron sucesión, otro de los factores ha sido la poca competencia a la que se ha enfrentado la empresa (Zona roja), trayectoria, posicionamiento.

¿Cual es el factor preponderante al realizar una evaluación de crecimiento empresarial? ¿Por que?

- El posicionamiento de la empresa.

¿Su empresa actualmente esta en condiciones de aumentar sus ventas, empleo e infraestructura? ¿Cuáles son las razones?

- Si, nuestra empresa actualmente se ha expandido, ya solamente no se encuentra en el municipio de pradera si no que contamos con otras unidades de negocio en partes como cerrito, puerto tejada, candelaria, esa es la razón por la que vemos que si hay un potencial para seguir creciendo tanto en el municipio como por fuera de el y también la visión de la empresa es seguir creciendo.

¿Las entidades destinadas al soporte de las MIPYMES como lo son la Camara de comercio y la alcaldía municipal, han gestionado programas de capacitaciones para el mejoramiento de las empresas?

- No, se puede decir que en pequeña medida la cámara de comercio, la alcaldía si no hemos recibido el beneficio en capacitaciones, mas bien ellos nos apoyaron al inicio con una exoneración de industria y comercio, pero digamos que el tema de capacitaciones no se ha visto gestión, esa es una de las amenazas que tenemos puesto por que no hay una oferta de mano de obra calificada, es decir, usted consigue personas para la parte operativa, pero ya para un cargo directivo es mas complicado hay que buscar fuera del municipio y eso hace mas complejo la consecución de ese tipo de talento humano mas capacitado.

¿Volvería a invertir en Pradera? ¿Por qué SI/NO invertiría?

- Si, yo pienso que en general nos ha ido bien, pienso que ha sido una buena decisión y si lo volvería hacer, es mas aquí en el municipio contamos con 4 unidades de negocio.

PERSONAS ENTREVISTADAS:

- LUIS ANGEL DE LEON gerente y propietario de la empresa EL LEON
- JESSICA RESTREPO asistente personal.

¿Cuáles fueron las motivaciones para dar inicio a su empresa?

- La motivación mas importante fue la generación de empleo para mi y mi familia y a medida que fue creciendo la empresa ir generando empleo a particulares, la empresa lleva 25 años de fundada.

Para usted ¿Qué es competitividad?

- Punto clave o importante que nos hace diferente en comparación a otras empresas, en el caso de la empresa León nos distingue el Ítem de la calidad con respecto a los diferentes productos que se crean.

¿Cree que su empresa es competitiva? ¿Por qué?

- Si, debido a que las empresas en Pradera igual que nuestra empresa (León) comenzaron siendo unas pequeñas unidades de negocio y hoy en día se puede percibir que han obtenido un crecimiento, estoy quiere decir que esta mostrando que pueden ser competitivas.

¿Qué opinión le merece las oportunidades ofrecidas por el mercado Vallecaucano a las Mipymes?

- La verdad no es mucho, ya que si nos vamos a la realidad estamos viendo que los impuestos que le colocan a las empresas en realidad no viene siendo ajustado a la nivel de ventas que presenta la empresa, además se puede ver que la mayoría de las empresas buscan que el personal hoy en día este capacitado para poder llegar a cumplir aquellos aspectos o proyectos que se hayan trazado, en al realidad hoy en día el apoyo que se le da en el valle del cauca a la educación es mínima, esta es la razón por la cual no considero que de parte del gobierno se le este dando el apoyo a las Mipymes.

¿Considera que las condiciones socioeconómicas que se presentan en el municipio de Pradera, permiten que las empresas puedan lograr un crecimiento empresarial sostenido?

- No claro que no, la verdad es que día por día viendo que el desempleo es mucho mas es nuestro municipio y hasta que el gobierno nacional, departamental y local no revise esa situación, no se logra ser competitivo.

¿Cuales son los factores a considerar para realizar una evaluación de crecimiento empresarial en Pradera?

- Considero que se debe debería tener una buena infraestructura, aparte de eso tener el personal con el conocimiento y la experiencia.

¿Cual es el factor preponderante al realizar una evaluación de crecimiento empresarial? ¿Por que?

- La experiencia, con el fin de aportar al crecimiento de la empresa.

¿Su empresa actualmente esta en condiciones de aumentar sus ventas, empleo e infraestructura? ¿Cuáles son las razones?

- Si, la razón es que nosotros debemos aumentar en infraestructura, pensado que día tras día debemos alcanzar un crecimiento, con el fin de elevar la capacidad de generar empleo.

¿Las entidades destinadas al soporte de las MIPYMES como lo son la Camara de comercio y la alcaldía municipal, han gestionado programas de capacitaciones para el mejoramiento de las empresas?

- Si, la cámara de comercio permanentemente esta generando programas con el fin de que las Mipymes nos capacitemos.

¿Cual es el factor diferenciador que su empresa tiene respecto a otras organizaciones que se dedican a la misma actividad económica?

- La calidad del producto.

¿Volvería a invertir en Pradera? ¿Por qué SI/NO invertiría?

- Si, debido a que me gusta contribuir con la generación de empleo y el desarrollo social de los Pradereños y por que no de los vallecaucanos.

PERSONA ENTREVISTADA: JOSE LUIS ESCOBAR ex Secretario de Hacienda del municipio de Pradera, Valle.

¿Cuáles son las características del sector empresarial de Pradera, Valle?

- Realmente yo considero que en pradera un sector empresarial como tal no existe, aquí tenemos una gran empresa y es un monopolio y se ha venido adueñando de la producción no solamente en pradera, sino también de los municipios aledaños como candelaria, Palmira, cali, florida y es el sector de la caña, mas exactamente en nuestro municipio funciona el ingenio rio paila castilla que ha crecido y hace como unos 4 o 5 años tomo la decisión de unirse a rio paila esto la hecho mucho mas fuerte y entonces básicamente ellos son como la gran empresa productiva que tiene el municipio de pradera, de resto son empresas de servicios como lo son hoy en dia Autoservicio Mercapava, como los bancos, como las empresas de telefonía, tanto fija como móvil y la parte de internet y de televisión, pero básicamente

empresas productivas o de servicios grandes en el municipio de pradera no existen.

Para usted ¿Qué es competitividad?

- Para mi de la única forma que uno logra competir mas hoy en dia cuando el mundo se abre y todo el mundo tiene acceso a la información, derecho a productos, básicamente o se compite en base al servicio, si tienes el poder de generar un buen servicio, ser diferentes a las demás, pienso que eso puede generar un buen mercado.

**¿Cree que las empresas de Pradera, Valle son competitivas a nivel regional?
¿Por qué?**

- Considero que en este momento si, dado la situación en la que se encuentran especialmente las dos empresas con mayor tamaño como lo son rio paila castilla, dado que están empresas se les pueden considerar como un monopolio, sin embargo tomando el caso de Mercapava considero que no esta preparada para enfrentarse a la entrada de una competencia directa, considero que en el momento que entre una competencia grande supermercados que si puedan competirle será difícil.

¿Qué opinión le merece las oportunidades ofrecidas por el mercado Vallecaucano a las Mipymes?

- Me parece que es poco y hablando directamente de pradera nosotros somos un municipio muy agropecuario, entonces deberíamos tener Mipymes estar generando tendencia hacia ese sector, como puede generar yo tendencia en ese sector, unir toda esa cadena productiva desde que nace el producto hasta donde llega al consumidor para generar todo un ambiente adecuado para quien produce y quien lo vende, pero no se da y una ruptura total entre cada una de las partes y uno encuentra aquí en el municipio de pradera siendo un municipio agrícola la galería se encuentra prácticamente acabada, debido a que no encontramos buen producto, entonces el campesino esta produciendo un muy mal producto, deberíamos por empezar a intervenir toda esa zona agrícola y brindarle al campesino capacidades tanto del punto de vista productivo, como económico – social para que el puede generar buen producto, después de que tenga un buen producto y la galería sea un buen centro de abastecimiento o el mismo autoservicio Mercapava sea centro de ventas y ofrezca unos productos atractivos para los ciudadanos y eso no esta sucediendo y esto no permite el fortalecimiento del sector agrícola, y este es inminentemente el sector en el que somos fuertes.

¿Las entidades destinadas al soporte de las MIPYMES como lo son la Cámara de comercio y la alcaldía municipal, han gestionado programas de capacitaciones para el mejoramiento de las empresas?

- Yo no creo, no lo he visto, no lo he sentido, aunque las entidades de este tipo aunque no estén establecidas en el municipio hay entidades que apoyan ese tipo de actividades, por ejemplo el Sena, las universidades públicas (Nacional), la cámara de comercio, la alcaldía municipal deberían establecer convenios con estas entidades a desarrollar la parte agrícola nuestra, no se ve que exista ese entendimiento entre estas entidades.

¿Cuáles son los factores a considerar para realizar una evaluación de crecimiento empresarial en Pradera?

- Yo pienso que lo primero indiscutiblemente la capacidad de vender, la capacidad de generar recursos, la capacidad de generar caja, la capacidad de generar empleo, la capacidad de generar un buen producto, en estos ítem considero que se puede determinar si una empresa tiene fortalezas y establecer si tiene crecimiento.

¿Cuál es el factor preponderante al realizar una evaluación de crecimiento empresarial? ¿Por qué?

- El crecimiento casi siempre se fija en cuanto a la capacidad de generar ingresos, con esto se determina si una empresa ha tenido un crecimiento o no.

PERSONA ENTREVISTADA: HEILEN TROCHEZ auxiliar de registro de la cámara de comercio de Palmira, seccional Pradera

¿Cuáles son las características del sector empresarial de Pradera, Valle?

- En la cámara de comercio seccional Pradera por lo regular se registran empresas pequeñas, el tipo de empresas que se registra es muy variado se registra mucho empresas de transporte y negocios muy pequeños como tiendas.

Para usted ¿Qué es competitividad?

- La competitividad esta amarrada a la rentabilidad que puede tener una empresa de acuerdo al producto o bien que ofrezca, el valor el precio y que

puede como tal sostenerlo en el mercado y obtener mayor rentabilidad con respecto a sus competidores.

**¿Cree que las empresas de Pradera, Valle son competitivas a nivel regional?
¿Por qué?**

- Si, debido en que en praderas hay empresas que hacen negocios no solamente a nivel departamental sino a nivel nacional.

¿Qué opinión le merece las oportunidades ofrecidas por el mercado Vallecaucano a las Mipymes?

- Como tal ahora en el gobierno y la misma cámara de comercio están ofreciendo unas herramientas para que las personas se constituyan, generan empresa, como son las abrigadas que hace la cámara que le reducen los costos de inscripción y se puede formalizar y legalizar sus negocios, lo otro es que el gobierno también a través de la ley 1429 hizo que las personas se formalizaran dadas las deducciones ofrecidas en la matrícula, renovación, industria y comercio.

¿Cuales son los factores a considerar para realizar una evaluación de crecimiento empresarial en Pradera?

- Evolución de sus activos, infraestructura, tiempo activas.

¿Cual es el factor preponderante al realizar una evaluación de crecimiento empresarial? ¿Por que?

- La infraestructura, el crecimiento de capital
- Todas las personas que se matriculan en la cámara de comercio, adquieren dos obligaciones en el momento de inscribirse una es renovar su inscripción de forma anual durante los primeros tres meses del año, la otra es hacer su proceso de cancelación a la hora de que no continúen la actividad económica antes desempeñada.
- Es mucho bastante, en el municipio de pradera no se tiene la cultura de que se debe realizar la renovación de la matrícula, se puede decir que máximo el 40 % de las empresas que están registradas del municipio de pradera hacer este proceso en el tiempo estipulado.

PERSONA ENTREVISTADA: Carlos Augusto Leyton Valencia Secretario de Acción social del municipio de Pradera, Valle.

¿Cuáles son las características del sector empresarial de Pradera, Valle?

- El sector empresarial en el Municipio ha venido creciendo, es un sector que se mueve en varios escenarios, entre ellos esta la parte avícola, agrícola y comercial es mas o menos la característica del sector, específicamente en el área urbana es una característica comercial.

Para usted ¿Qué es competitividad?

- La competitividad es el marco de empresarial, es tener las herramientas para competir en el mercado, ahora se tiene una apertura económica, TLC y tenemos que ser competitivos ante ellos para cumplir con las metas que se proponen en estos tratados, desde cada ente territorial debe mostrar políticas publicas en la cual nos ayude a fortalecer esos procesos de competitividad que se necesitan para tener calidad en el producto y tener las competencia.

**¿Cree que las empresas de Pradera, Valle son competitivas a nivel regional?
¿Por qué?**

- Si, tenemos empresas competitivas, son empresas que se están certificando para esa competitividad, no son mucho pero las que tenemos están cumpliendo con los controles de calidad que se necesitan para ser competitivas.

¿Qué opinión le merece las oportunidades ofrecidas por el mercado Vallecaucano a las Mipymes?

- Están en crecimiento, las Mipymes en nuestro municipio hablo por el ente territorial, no se han identificado o no sean fortalecido como se tiene que hacer y esto pues obviamente nos ayuda a nosotros a tener de pronto un poco de falencia en el, aquí hay unas empresas grandes que vienen fortaleciendose en competitividad, mientras que las Mipymes vienen en un proceso de fortalecimiento para cumplir con unos estándares que se exigen con eso se da el fortalecimiento.

¿Las entidades destinadas al soporte de las MIPYMES como lo son la Camara de comercio y la alcaldía municipal, han gestionado programas de capacitaciones para el mejoramiento de las empresas?

- Yo no creo, no lo he visto, no lo he sentido, aunque las entidades de este tipo aunque no estén establecidas en el municipio hay entidades que apoyan ese tipo de actividades, por ejemplo el Sena, las universidades publicas (Nacional), la cámara de comercio, la alcaldía municipal deberían establecer convenios con estas entidades a desarrollar la parte agrícola nuestra, no se ve que exista ese entendimiento entre estas entidades.

¿Cuales son los factores a considerar para realizar una evaluación de crecimiento empresarial en Pradera?

- Se debe tener en cuenta los estándares, segundo con unas premisas que no deben de pasar instituciones que hagan este trabajo para saber la calidad que se maneja con los insumos, estas entidades pueden ser como la Camara de Comercio, la Camara de Comercio viene trabajando, viene fortaleciendo a la Mipymes, por esto, pienso que seria de ahí que se comenzara a fortalecer el emprendimiento y la calidad de estas Mipymes que deben manejar el mercado y en el cual el producto que ellos van a presentar.

¿Cual es el factor preponderante al realizar una evaluación de crecimiento empresarial? ¿Por que?

- Se debe tener en cuenta primero el producto que se esta vendiendo, segundo las capacitaciones que se han recibido para certificarse y se debe tener en cuenta y es muy importante es la trayectoria que tiene la Mipymes como tal para poder alcanzar unos estándares de calidad en el mercado. Todos los factores son importantes a la hora de realizar una evaluación empresarial, ya que, una depende de la otra, primero la calidad del producto, segundo los estudios y el conocimiento que se tenga del producto y tercero la certificación, cuando uno tiene un producto certificado con alta calidad no solamente gana el beneficiario, sino que también gana la calidad empresarial territorial

¿Que se esta realizando por parte de la Alcaldía Municipal en pro de las Mipymes del Municipio de Pradera?

- Desde la administración Municipal hemos creado la MESA TECNICA TERRITORIAL Y DE EMPLEO, lo que se pretende con esta mesa es sentar a los actores principales del territorio que estén involucrados en lo que es las Mipymes y el sector de empleabilidad, esto es con el fin de ajustar políticas publicas o crearlas y segundo es tener estabilidad empresarial en el municipio con unos requisitos o estándares que nos ayuden a nosotros a

la calidad del empresario y la empleabilidad que tienen el municipio, nosotros queremos fortalecerlas, darles en un momento dado conforme a una políticas que tenga la administración municipal de unas comodidades en cuestión, con el fin que es nuestro territorio exista un buen comercio, buenas empresas y haya mayor empleabilidad.

ANEXO D. Tabulacion de la encuesta

¿Nivel educativo de los propietarios o encargados de las Mipymes?

Nivel educativo de propietarios y encargados	Cantidad	Participacion (%)
Bachiller	20	42,55
Universitario	15	31,91
Tecnico	8	17,02
Tecnologico	3	6,38
Primaria	1	2,13
Total	47	100

¿Hace cuantos años dio inicio su empresa? Si es más de 10 años indique cuantos.

Años en Funcionamiento de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Mas de 10 años	20	42,55
Entre 1 y 5 años	13	27,66
Entre 5 y 10 años	12	25,53
Menos de 1 año	2	4,26
Total	47	100,00

¿Cuál es la actividad económica de la empresa?

Actividad economica de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Otras	0	0
Agropecuaria	2	4,26
Servicio	5	10,64
Industrial	6	12,77
Comercial	34	72,34
Total	47	100

¿Cuál fue el recurso económico utilizado para iniciar la empresa?

Recurso economico usado para dar inicio a las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Recursos economicos propios	27	57,45
Financiamiento de un banco comercial	13	27,66
Prestamo de familiar y/o amigo	5	10,64
Otras	2	4,26
Financiamiento de un banco de segundo piso	0	0
Total	47	100

¿Cómo financia actualmente su empresa los rubros de inversión, capital de trabajo y gastos operativos del negocio?

Recursos actuales de financiamiento de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Recursos generados por la empresa	36	76,60
Financiamiento de un banco comercial	8	17,02
Recursos economicos propios	3	6,38
financiamiento de un banco de segundo piso	0	0
otras	0	0
Total	47	100

¿Con cuantos colaboradores comenzó su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

No. De Colaboradores en los inicios de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
De 7 a 10	2	4,26
De 4 a 6	3	6,38
Mas de 10	3	6,38
De 1 a 3	39	82,98
Total	47	100

¿Actualmente cuantos colaboradores posee su empresa? Si es más de 10 indique cuantos.

No. De colaboradores actuales de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
De 7 a 10	4	8,51
Mas de 10	6	12,77
De 4 a 6	10	21,28
De 1 a 3	27	57,45
Total	47	100

¿Cuál es el nivel salarial promedio de sus colaboradores?

Nivel salarial promedio colaboradores de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Entre 1 y 2 SMLV	32	68,09
Menos de 1 SMLV	14	29,79
Entre 2 y 3 SMLV	1	2,13
Mas de 3 SMLV	0	0
Total	47	100

¿Considera que la empresa esta en capacidad de vincular mas personal en el año 2015?

Capacidad de vincular personal en el año 2015	Cantidad	Participacion (%)
SI	18	38,30
NO	29	61,70
Total	47	100

¿De las siguientes opciones indique en que espacio dio inicio la empresa?

Espacio en el cual dieron inicio las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Local alquilado	32	68,09
Casa propia	6	12,77
Local Propio	6	12,77
Casa alquilada	3	6,38
Otro	0	0
Total	47	100

¿Actualmente en que espacio funciona la empresa?

Espacio actual de funcionamiento de las Mipymes	Cantidad	Participacion (%)
Local alquilado	26	55,32
Local propio	11	23,40
Casa propia	7	14,89
Casa alquilada	3	6,38
Otro	0	0
Total	47	100

¿Aproximadamente cuanto cree que ha crecido en ventas (ingresos) anuales la empresa desde el inicio de sus operaciones, hasta la actualidad?

Crecimiento en ventas	Cantidad	Participacion (%)
NS/NR	2	4,26
76 % - 100 %	5	10,64
51 % - 75 %	8	17,02
0 % - 25 %	15	31,91
26 % - 50 %	17	36,17
Total	47	100

¿Cuál es la proyección de crecimiento en ventas (ingresos) anuales de la empresa para el final del año 2015?

Proyeccion de crecimiento en ventas	Cantidad	Participacion (%)
NS/NR	2	4,26
51 % - 75 %	7	14,89
0 % - 25 %	12	25,53
76 % - 100 %	12	25,53
26 % - 50 %	14	29,79
Total	47	100

¿Considera que la empresa ha implementado estrategias de diferenciación en los últimos 3 años?

Ha implementado estrategias de diferenciacion	Cantidad	Participacion (%)
SI	34	72,34
NO	13	27,66
Total	47	100

¿Desea implementar estrategias de diferenciación en el año en 2015?


Desea implementar estrategias de diferenciacion	Cantidad	Participacion (%)
SI	31	65,96
NO	16	34,04
Total	47	100

¿Conoce los programas ofrecidos por la Cámara de Comercio de Palmira y Pradera en pro del desarrollo de las empresas? Si su respuesta es positiva indique cuales.

Conocimiento de las capacitaciones de la Camara de Comercio	Cantidad	Participacion (%)
SI	26	55,32
NO	21	44,68
Total	47	100

¿Que tipos de programas (Capacitaciones, asesorías, proyectos) le gustaría que ofreciera las instituciones de soporte de las empresas (Cámara de Comercio, Alcaldía, SENA y demás) en Pradera?

ANEXO E. Asistencia mesa de desarrollo local (Pradera)

<div>  <div> REPUBLICA DE COLOMBIA ALCALDIA MUNICIPAL PRADERA VALLE SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL NIT. 891380115-0 </div> </div>					
ASISTENCIA REUNION MESA DE DESARROLLO LOCAL, ASUNTOS TRANSVERSALES Y EMPLEO FECHA: FEBRERO 17 DE 2015 HORA: 2:00 P.M. A 5:00 P.M.					
No.	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INSTITUCION/ ASOCIACION/ COMUNIDAD	DIRECCION/ CORREO ELECTRONICO/TELEFONO	FIRMA
1	Alexander de la Vega Alzate	Coordinador Local - Zona Sur	Fundación Caicedo González Riopaila Castilla	Socialsur@fundacioncaicedo.gonzalez.org	
2	Diana Carolina Tibano	Coordinadora Agencia Confenale	Confenale Valle	detibano@confenalevalle.com.co	
3	Do. Jeyalyn Monique Martínez	Tec. Adm. y A. Equidad de Género	Alcaldía	etivias@pradera-valle.gov.co	
4	Ingrid Carolina Vasquez	Ingeniero asistente independiente	Comunidad	l.cali.praderam@gmail.com	
5	Edwin J. Polanco	Director Promoción	Ciudad de Ciro Palmira	dirpromocion@ccpalmira.org.co	
6	Carlos Augusto Restrepo V.	Secretario de Desarrollo Social	Alcaldía Mpl.	desarrollosocial@pradera-valle.gov.co	
7	Heitor Andrés Marmolejo Rugeifo	sec. desarrollo social	Alcaldía Pradera	vm@pradera-valle.gov.co	
8	Alexander Gue Giraldo	Progr. Esp.	Alcaldía	programasespeciales@pradera-valle.gov.co	



Calle 6 Carrera 11 Esquina
Teléfonos (2) 2672653
(2) 2672155
Web: www.pradera-valle.gov.co
Email: desarrollosocial@pradera-valle.gov.co

Tú
También
Cuentas

ANEXO F. Oficio de petición de información a la universidad del valle

Palmira Valle, Martes 03 de Marzo de 2015

Número Radicado	277
ABS:	
Fecha de Radicación	03-mar-15
Hora	06:13:01 p.m.
Dependencia Destino	Secretaría Académica
Persona Destino	Ine Omar J. Flórez Morales
Asunto	Solicitud de Información Estadística
Número de Folios	1
Observaciones y nexos	
Fecha de respuesta	

Universidad del Valle Sede Palmira - Ventanilla Única

SEÑORES (RAS)

**SECRETARIA ACADEMICA UNIVERSIDAD DEL VALLE PALMIRA
PROGRAMA CIENCIAS DE ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE PALMIRA**

ASUNTO: Información estadística de estudiantes de la Universidad del Valle sede Palmira, residentes en el Municipio de Pradera Valle.

Cordial saludo,

Por medio de la presente me permito solicitarle muy comedidamente me sea suministrada información acerca del número de estudiantes de la Universidad del Valle sede Palmira, residentes en el Municipio de Pradera Valle, con el fin de dar sustento a mi tesis de grado: **EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES FORMALIZADAS EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE EN EL PERIODO 2013-2014 Y SU PROYECCIÓN ECONÓMICA EN EL AÑO 2015**. Esta Investigación es dirigida por el profesor Edwin Botero.

Señores (ras) de la secretaria académica de antemano le agradezco su indispensable y pronta colaboración para darle prontitud a la investigación.

ATENTAMENTE



WILSON GEOVANNY ZAMORA
C.C. 1.113.659.647 de Palmira Valle
ESTUDIANTE UNIVERSIDAD DEL VALLE
PROGRAMA ADMON DE EMPRESAS
CEL. 316 575 5311

ANEXO G. RESUMEN EJECUTIVO

EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES FORMALIZADAS EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE PRADERA VALLE EN EL PERIODO 2013-2014 Y SU PROYECCIÓN ECONÓMICA EN EL AÑO 2015

En el presente documento se realiza una evaluación del crecimiento y proyección del crecimiento empresarial de las Mipymes del área urbana del Municipio de Pradera Valle. La finalidad principal de la evaluación es conocer de las fuentes principales, es decir, los propietarios y administradores de las diferentes empresas acerca del análisis que ellos hacen en referencia a el desempeño que han mostrado sus organizaciones en rubros como las ventas, la infraestructura y la generación de empleo en los años 2013 – 2014 y la proyección que estos poseen del rendimiento proyectado que tendrán sus organizaciones en un horizonte de tiempo determinado, en este caso al año 2015.

OBJETIVOS

El objetivo principal de la investigación es la de establecer cual fue el crecimiento empresarial de las MIPYMES formalizadas en el área urbana del municipio de pradera Valle en el periodo 2013-2014 y cuál es su proyección de crecimiento en el año 2015.

- Caracterizar el sector de las MIPYMES en el área urbana del municipio de Pradera, Valle
- Analizar los factores que determinan el crecimiento empresarial de las MIPYMES.
- Determinar el crecimiento en relación a ventas, infraestructura y generación de empleo de las MIPYMES en Pradera Valle.
- Determinar la proyección de crecimiento respecto a ventas, infraestructura y generación de empleo de las MIPYMES en Pradera Valle

JUSTIFICACION

La evaluación del crecimiento empresarial de las Mipymes en Pradera tiene como razón principal conocer la situación real y actual del desempeño organizacional, estructural y financiero que se presenta en el sector empresarial Pradereño.

la evaluación además tiene como sustento el nulo análisis que se ha realizado en los últimos años acerca del tema en cuestión, lo cual ha impulsado al autor de la investigación presentar un documento que sirva como referencia a los diferentes entes gubernamentales y no gubernamentales que en un horizonte de tiempo cercano aplican un análisis de estas características en el Municipio aprovechando el foco de emprendimiento en el que se convertirá Pradera una vez inicie el proceso de postconflicto.

POBLACION Y MUESTRA

Se aplico un muestro probabilístico con el fin de que cada muestra tenga las mismas posibilidades de ser elegida en una población de 416 empresas en el área urbana del Municipio de Pradera Valle.

METODOLOGIA

El método aplicado en la investigación es una triangulación metodológica, en la cual se puede entrelazar la información cualitativa que se puede recolectar mediante las encuestas y la información cuantitativa encontrada en las teorías existentes acerca del crecimiento empresarial.

RESULTADOS

Los resultados encontrados a lo largo de la investigación arrojan que el sector empresarial del Municipio de Pradera ha presentado un bajo crecimiento en factores como las ventas, la infraestructura y la generación de empleo y la proyección que tiene los empresarios de un crecimiento futuro en estos rubros es mínima.

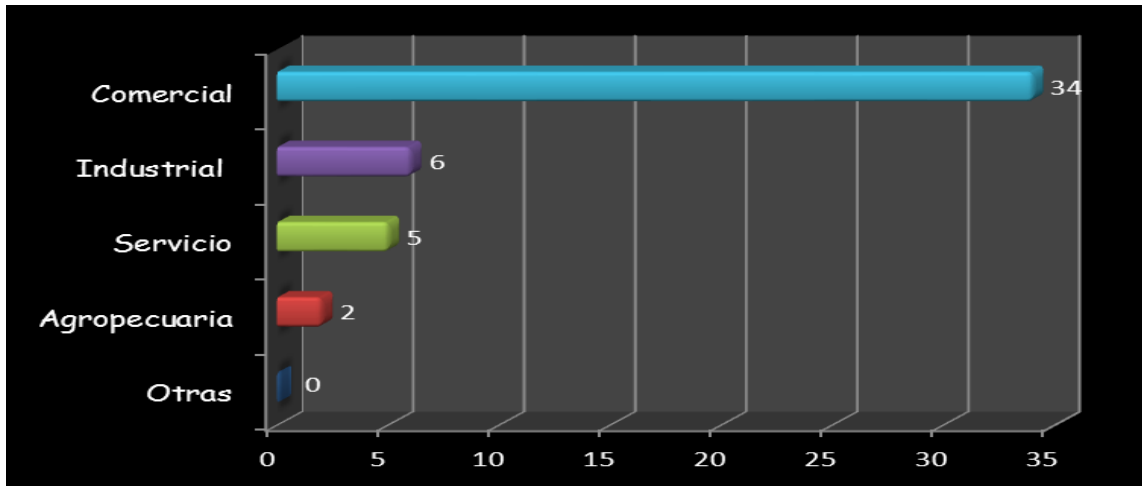
Una de las razones del porque no han alcanzado y no proyectan un crecimiento empresarial es el poco conocimiento de la importancia que posee unos temas administrativos como el posicionamiento y la diferenciación de sus empresas en el mercado local, departamental y nacional en pro de la competitividad y por ende de un crecimiento en los factores estudiados.

La poca generación de empleo por parte de las empresas en el Municipio, es debido a la actividad comercial que se ejecuta de forma mayoritaria en Pradera,

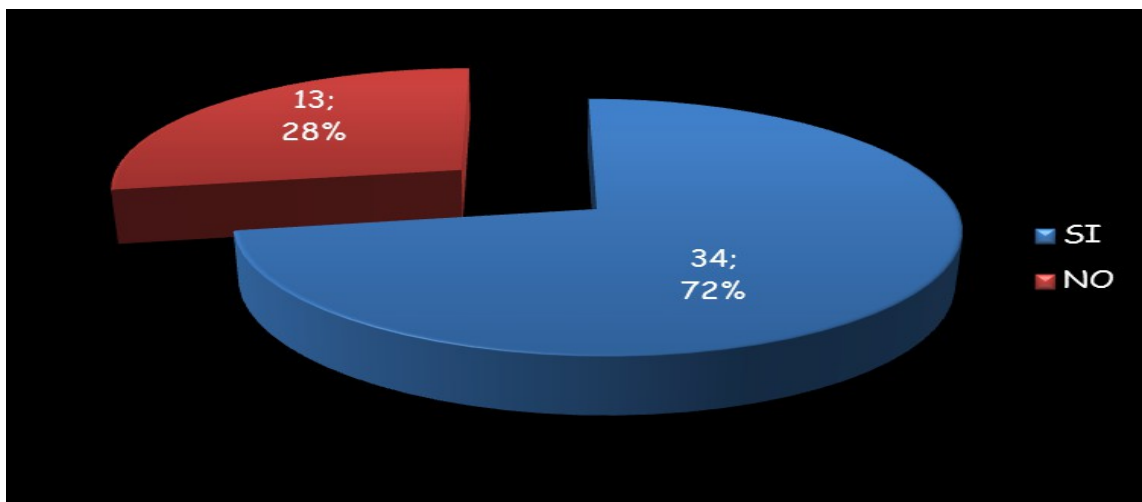
debido a que el sector comercial no posee una amplia cadena de valor no ven la necesidad de contar con un numero amplio de colaboradores en sus empresas.

Lo anteriormente explicado se resume en los siguientes gráficos que se mostraran.

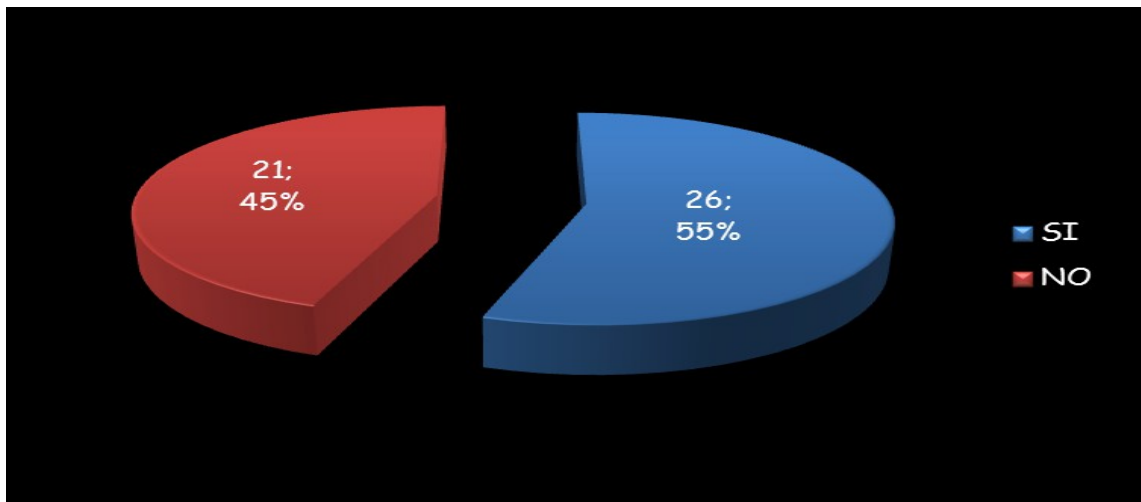
Actividad económica de las empresas en Pradera Valle



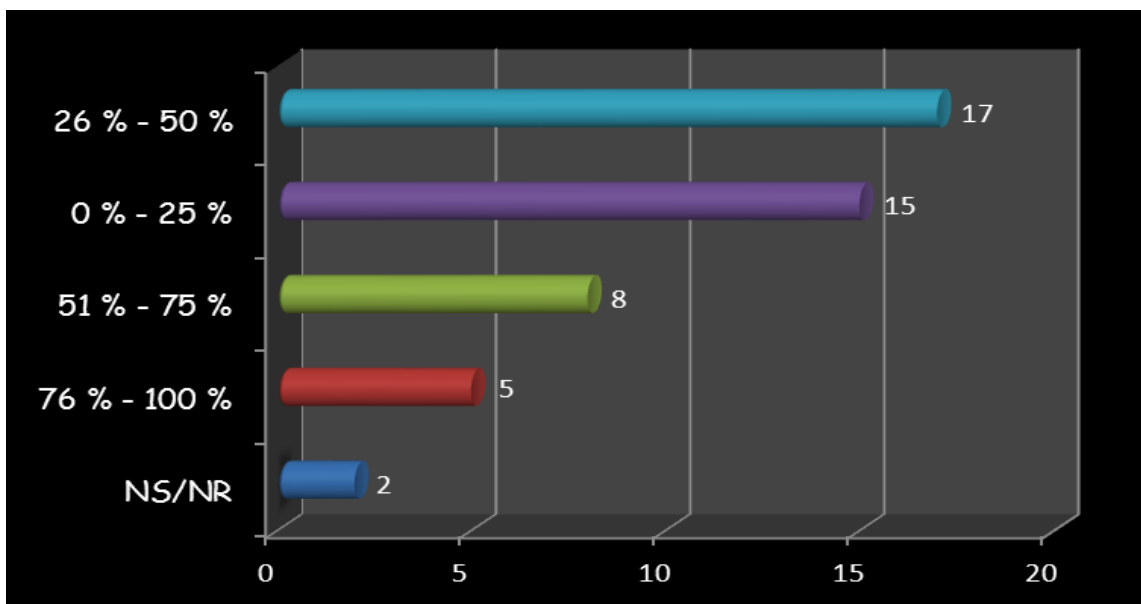
Aplicación en los últimos años de estrategias de diferenciación



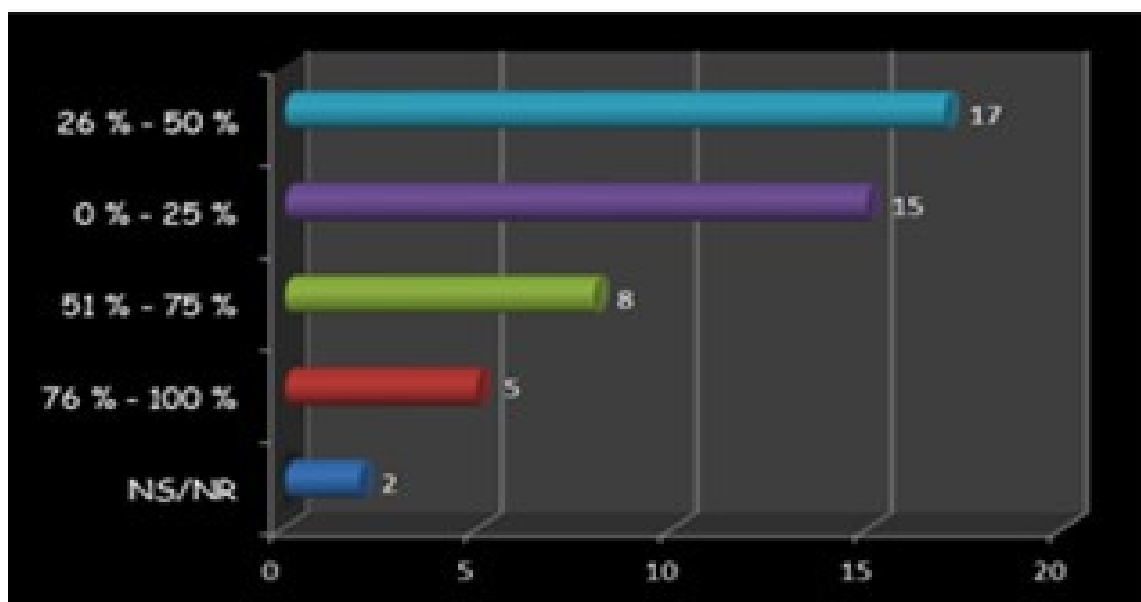
Deseo de aplicación de estrategias de diferenciación



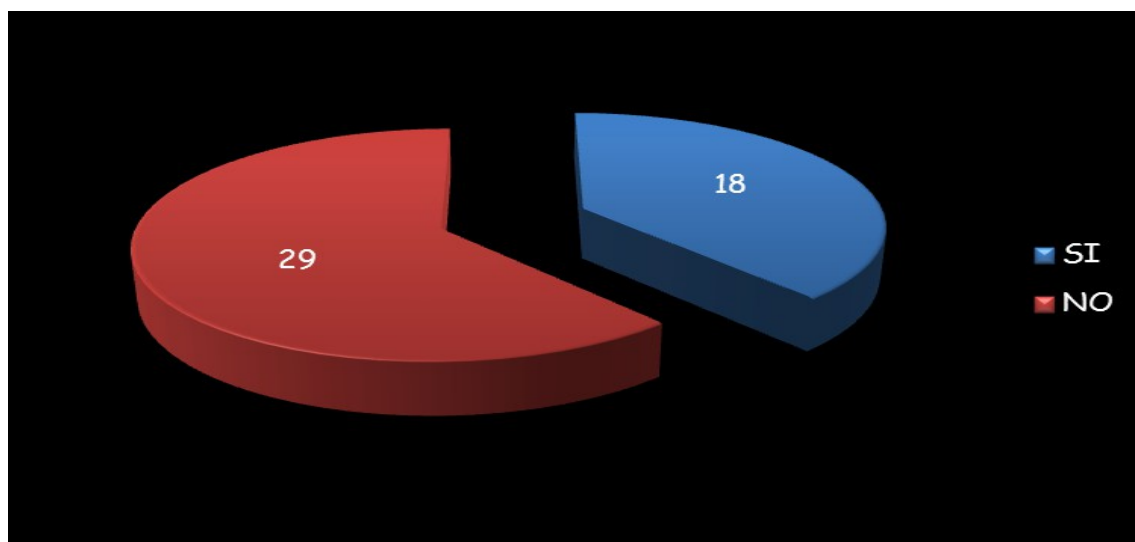
Crecimiento empresarial de las Mipymes



Proyección de crecimiento empresarial al año 2015



Capacidad de vincular personal en el año 2015



CONCLUSIONES

- NO se presenta una concordancia entre la cantidad de empresas que componen el sector empresarial del municipio entre la Camara de Comercio y la Secretaria de Hacienda Municipal de Pradera Valle.
- El sector empresarial esta compuesto en su mayoría por microempresas que se encargan de la comercialización al por mayor y menor de bienes y servicios dirigidas por personas con un nivel académico bachiller.
- Los factores con mayor peso a la hora de realizar una evaluación de crecimiento empresarial son las **ventas**, la **generación de empleo** y los **activos** poseídos (Infraestructura).
- Según lo analizado en la aplicación de los instrumentos de recolección las empresas en Pradera no han presentado un crecimiento considerable y no proyectan un crecimiento sobresaliente a corto y mediano plazo.

RECOMENDACIONES

- Realizar un censo unificado entre la Camara de Comercio y la Alcaldía Municipal, en el cual se logre encontrar las características y el número de las empresas que componen el sector empresarial de Pradera.
- Encontrar mecanismos de atracción de los empresarios del Municipio de Pradera a los diferentes programas ofrecidos por las entidades encargadas del soporte de las Mipymes, uno de los mecanismos recomendados es la disminución o exoneración de cargas impositivas a aquellas empresas que demuestren un aprendizaje y aplicación de los programas enseñados por las entidades, la evaluación se puede hacer mediante el crecimiento que estas muestran y la generación de empleo brindada en el Municipio.